

**PRAKTIK PEMBELIAN BUSANA MUSLIM MELALUI *ONLINE SHOP*
DI KALANGAN MAHASISWI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

SKRIPSI



Disusun Oleh

RAHMITHA

NIM. 140 212 0332

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2019 M / 1440 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PRAKTIK PEMBELIAN BUSANA MUSLIM
MELALUI *ONLINE SHOP* DI KALANGAN
MAHASISWI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

NAMA : RAHMITHA

NIM : 140 212 0332

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Mei 2019

Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Saefiani, M.H
NIP.196501011998031003

Pembimbing II

Jelita, M.Si
NIP. 198301242009122002

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si
NIP. 196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam

Enriko Tedja Sukmana, M.Si
NIP. 198403212011011012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**

Palangka Raya, Mei 2019

Saudari Rahmitha

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

FEBI IAIN Palangka Raya

Di-

Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : **RAHMITHA**

Nim : **140 212 0332**

Judul : **PRAKTIK PEMBELIAN BUSANA MUSLIM
MELALUI *ONLINE SHOP* DI KALANGAN
MAHASISWI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

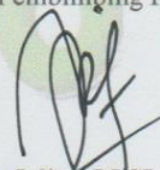
Pembimbing I



Dr. Sadiani, M.H

NIP.196501011998031003

Pembimbing II



Jelita, M.SI

NIP. 198301242009122002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **PRAKTIK PEMBELIAN BUSANA MUSLIM MELALUI *ONLINE SHOP* DI KALANGAN MAHASISWI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM** oleh Rahmitha NIM : 1402120332 telah di *munaqasyahkan* Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Senin

Tanggal : 27 Mei 2019

Palangka Raya,

Tim Penguji

1. Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.SI

Ketua Sidang

(.....)

2. M. Zainal Arifin, M.Hum.

Penguji I

(.....)

3. Dr. Sadiani, M.H

Penguji II

(.....)

4. Jelita, M.SI

Sekretaris Sidang

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam,

Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.SI

NIP. 196311091992031004

PRAKTIK PEMBELIAN BUSANA MUSLIM MELALUI *ONLINE SHOP*
DI KALANGAN MAHASISWI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ABSTRAK

Oleh RAHMITHA

Toko *online* atau *online shop* bisa dikatakan sebagai tempat berjualan yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara *online* di internet. Penggunaan internet semakin populer untuk para generasi muda tak terkecuali mahasiswi yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet. Salah satu barang *online shop* yang paling di minati oleh para mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah busana Muslim. Penelitian ini terfokus pada (1) Latar belakang mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belanja *online* busana Muslim. (2) Praktik belanja *online shop* yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. (3) Kajian ekonomi Islam terhadap praktik belanja *online* busana Muslim tersebut.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan/*field research* dan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek penelitian adalah mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Analisis menggunakan empat langkah; yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Latar belakang mereka lebih memilih berbelanja di *online shop* adalah karena lebih praktis, mudah, menghemat waktu, pilihan yang lebih banyak, dan harga yang lebih terjangkau. Awalnya mereka khawatir dengan adanya penipuan, namun itu tidak membuat efek jera dengan memilih cara belanja tersebut. Karena kebanyakan dari mereka malas untuk mencari di toko-toko, sedangkan di toko untuk harga busana Muslim cukup mahal dan pilihan modelnya tidak terlalu banyak. Sedangkan praktik belanja *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari 8 subjek tersebut adalah cara memilih yang dilakukan mereka yaitu melihat dan memilih terlebih dahulu sebelum membeli busana Muslim agar tidak terjadi penipuan, di sisi lain subjek-subjek tersebut pernah komplain dengan penjual di *online shop*. Walaupun pernah ditipu dan pernah komplain mereka tetap memilih belanja busana Muslim secara *online* dengan alasan karena menyukai belanja secara *online*.

Kata kunci : Praktik Pembelian, Busana Muslim, *online shop*.

PURCHASE PRACTICES THROUGH MUSLIM CLOTHING SHOP ONLINE
AMONG ISLAMIC ECONOMICS STUDENT
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ISLAM

ABSTRACT
by RAHMITHA

The online store or online shop can be regarded as a place to sell most of its activities take place online on the internet. Internet usage is increasingly popular for the younger generation is no exception student who is very close to the issues of access to information and the internet. One of the most goods online shop in the interest of the student Islamic Economics Faculty of Economics and Business Islam is Islamic fashion. This study focused on (1) Background of Islamic Economics student of the Faculty of Economics and Business online shopping Islam Muslim dress. (2) Practice shoponline shopping done by a student of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business Islam. (3) Study of Islamic economics of the practices of the Muslim fashion online shopping.

This study uses a type of field research and descriptive qualitative approach. This research subject is a student of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business Islam. Data collected by observation, interview, and documentation. Data validation using triangulation of sources. Analysis using a four-step; namely data collection, data reduction, data presentation, and conclusion / verification.

The results showed that the background they prefer to shop at onlineshop is because it is more practical, easier, save time, more choice and more affordable price. Initially they are concerned with the existence of fraud, but it does not create a deterrent effect by choosing the way of shopping. Because most of them are lazy to find in stores, while in Muslim clothing shop prices are quite expensive and the choice of the model is not too much. While online shopping practices undertaken by the studentIslamic Economics Faculty of Economics and Business Islam of 8 subjects such was the way they are done selecting view and select first before buying the Muslim clothing to prevent fraud, on the other hand these subjects once a complaint with the seller at an onlineshop. Although never cheated and never complain they still choose to shop online with the Islamic dress for reasons like shopping online.

Keywords: Purchases Practice, Clothing, Online shop.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Praktik Pembelian Busana Muslim Melalui *Online Shop* di Kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”** dengan lancar. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.SI. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M.SI_ selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya.
4. Bapak Dr. Syarifuddin, M. Ag. selaku dosen penasehat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.
5. Bapak Dr. Sadiani, M.H. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Jelita, M.SI selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia membimbing peneliti

dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

6. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang selalu menginspirasi dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan dan membantu memberikan informasi terkait dengan penelitian.
7. Ayah dan Ibu penulis yang telah memberikan dukungan materil dan selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan peneliti selama menempuh pendidikan.
8. Semua teman-teman program studi Ekonomi Syariah angkatan 2014 kelas A, B dan C yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT. membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. *Amin Yaa Robbal Alamin.*

Palangka Raya, Mei 2019
Peneliti,

Rahmitha
NIM. 140 212 0332

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Praktik Pembelian Busana Muslim Melalui *Online Shop* di Kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”** benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Mei 2019
Yang Membuat Pernyataan,



Rahmitha
NIM. 140 212 0332

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا { ٢٩ }

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”
(QS. An-Nisaa’ (4) : 29)



PERSEMBAHAN

Atas Ridho Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan karya ini maka dengan segala kerendahan hati karya ini, saya persembahkan kepada :

- ♥ Ayahanda saya Ahmad Kursani dan Ibunda saya Badiyah, serta adik saya Muhammad Lutfi yang tiada kenal lelah dan hentinya dalam memberikan kasih sayang, do'a dan semangatnya selama ini.
- ♥ Seluruh dosen dan staf Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang penuh dengan keikhlasan dan kesabaran dalam mengajarkan dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
- ♥ Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah A, B dan C dengan semua pengalaman dan kenangan yang kita dapat selama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya, semoga semua ini menjadikan kita sebuah keluarga dan selalu terjalin tali silaturahmi di antara kita semua, Amin.
- ♥ Kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	be
ت	<i>Tā'</i>	T	te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	h .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	de
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	er
ز	<i>Zai</i>	Z	zet
س	<i>Sīn</i>	S	es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...‘...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	ge
ف	<i>Fā'</i>	F	ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	qi
ك	<i>Kāf</i>	K	ka

ل	<i>Lām</i>	L	el
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

اللهنعة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

E. Vokal panjang:

Fathah + alif	Ditulis	ā
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
مجيد	Ditulis	<i>majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal rangkap:

Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	au
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām**1. Bila diikuti huruf Qamariyyah**

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

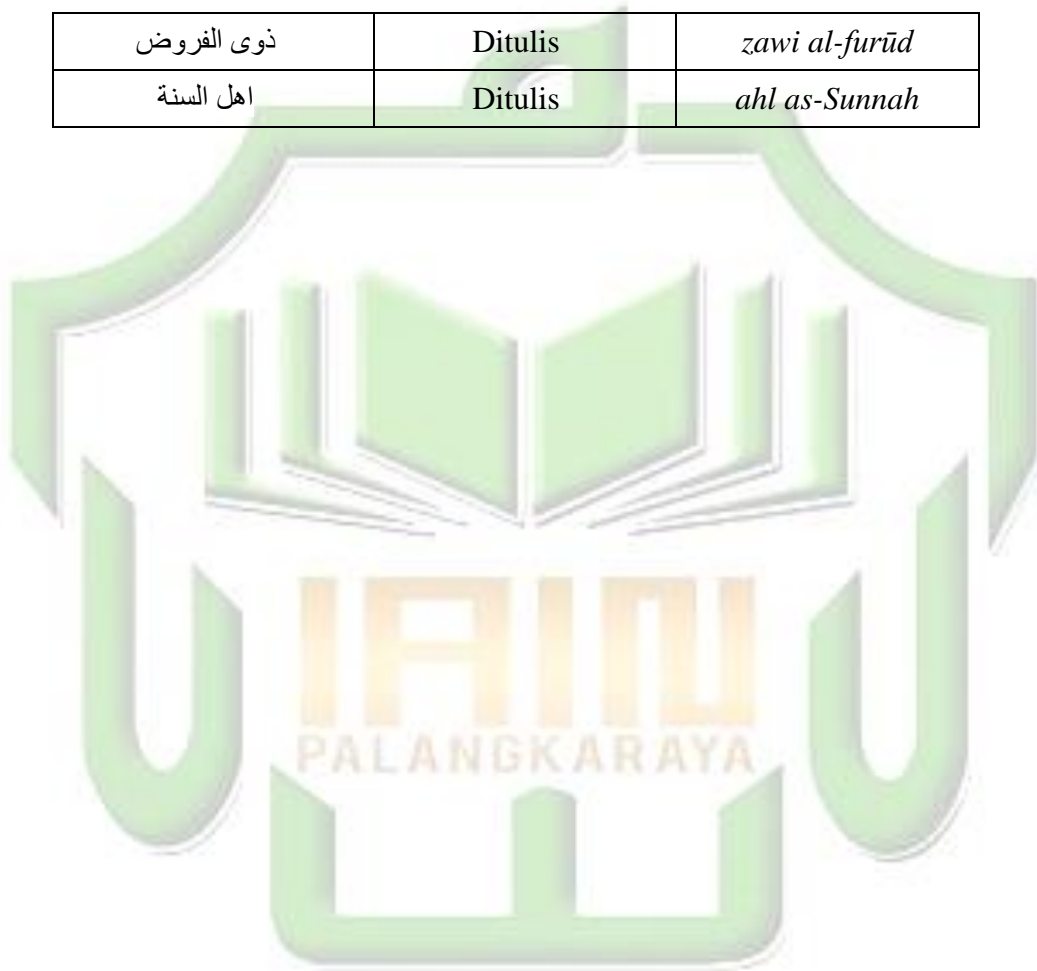
2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السما	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR BAGAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu	6

B. Kajian Teori	10
1. Teori Pasar	10
2. Teori Jual Beli	15
3. Teori <i>Khiyar</i> (Memilih)	27
C. Kerangka Konsep	30
1. Pengertian Praktik Pembelian	30
2. Pengertian Busana Muslim	33
3. Pengertian <i>Online Shop</i>	34
D. Kerangka Pikir	36
E. Pertanyaan Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	39
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
C. Subjek dan Objek Penelitian	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Pengabsahan Data	43
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	48
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
1. Sejarah Singkat IAIN Palangka Raya	48
2. Visi dan Misi IAIN Palangka Raya	51
3. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	53
B. Penyajian Data	58

C. Analisis Hasil Penelitian	77
1. Latar Belakang Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Belanja <i>Online</i> Busana Muslim	77
2. Praktik Belanja <i>Online Shop</i> yang di Lakukan oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	94
3. Kajian Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Belanja <i>Online</i> Busana Muslim Tersebut	106
BAB V PENUTUP	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Jurusan Program Strata 1 (S1)	50
Tabel 4.2 Jurusan Program Magister (S2)	51
Tabel 4.3 Data Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah	57
Tabel 4.4 Data Mahasiswa Prodi Akuntansi Syariah	57
Tabel 4.5 Data Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah	58
Tabel 4.6 Data Mahasiswa Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf	58
Tabel 4.7 Latar Belakang Belanja <i>Online Shop</i>	81
Tabel 4.8 Praktik Belanja <i>Online Shop</i>	97

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pikir	37
--------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi, internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi namun juga digunakan sebagai media jual beli *online* atau juga disebut dengan *e-commerce*, dengan semakin meningkatnya pengguna internet membuat para pelaku bisnis memanfaatkan media internet sebagai salah satu sarana untuk memasarkan produknya, sehingga perkembangan bisnis *online* telah mengubah sebagian aspek kehidupan termasuk perilaku konsumen.

Dunia internet melalui aplikasi *handphone* android yang tidak saja digunakan untuk komunikasi melalui *WhatsApp* dan *Facebook* tetapi juga digunakan untuk mencari informasi yang diperlukan oleh masyarakat konsumen antara lain untuk membeli barang-barang yang mereka perlukan sehari-hari. Hal ini mereka lakukan karena sebagian masyarakat telah cerdas menggunakan berbagai aplikasi yang terdapat pada *handphone* android yang mempermudah memperoleh informasi melalui dunia internet, artinya internet tidak juga digunakan sebagai media komunikasi tetapi juga digunakan sebagai komunikasi komersial. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan konsumen. Fenomena ini merambah juga pada dunia kampus IAIN Palangka Raya bahwa berdasarkan pencermatan peneliti khususnya pada mahasiswi cenderung melakukan pembelian busana Muslim melalui transaksi *online shop*.

Online shop ini merupakan sarana berjualan yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung menggunakan sarana internet yang memberikan kemudahan bagi para konsumen antara lain sebagai penghematan biaya, barang langsung diantar oleh kurir, pembayaran dilakukan secara transfer, dan harga lebih bersaing.¹

Kondisi jual beli *online* yang digambarkan diatas menurut pengamatan peneliti hal ini telah berlangsung sejak mereka masuk di perguruan tinggi IAIN Palangka Raya lebih konkritnya mahasiswi angkatan tahun 2016 dan 2017 dengan alasan karena mereka sudah memiliki pemahaman yang baik dalam praktik pembelian melalui *online shop* yaitu salah satunya produk busana Muslim yang akan dipakai pada saat di kampus, hal tersebut karena di IAIN Palangka Raya mengharuskan para mahasiswinya berpakaian secara Muslimah, momen inilah yang dijadikan para mahasiswi menggunakan aplikasi *online* di media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk dijadikan sarana jual beli busana Muslim. Memang pada awalnya transaksi *online* ini dilakukan oleh para mahasiswi hanya sekedar uji coba melakukan transaksi tersebut namun faktanya menjadi kebiasaan yang praktis dalam belanja melalui jasa *online shop* dengan alasan harga lebih murah, menghemat waktu, serta model busana Muslim yang diminati lebih bagus serta barang yang diinginkan dengan mudah didapatkan.²

¹Harga lebih bersaing adalah adanya busana Muslim yang dijual dari beberapa *online shop* dengan harga yang berbeda, sehingga para mahasiswi dapat memilih harga yang lebih murah namun dengan model busana Muslim yang sama.

²Hasil observasi awal, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 29 Maret 2018.

Namun dari fenomena tersebut terdapat permasalahan yang muncul dalam berbelanja *online shop* antara lain resiko kualitas barang yang tidak sesuai keinginan dan resiko barang yang dikirim berbeda ukuran atau warna. Dari konsekuensi tersebut tidak menyurutkan atau tidak membuat efek jera beberapa mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mereka tetap memilih untuk berbelanja busana Muslim di *online shop*.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul: **“PRAKTIK PEMBELIAN BUSANA MUSLIM MELALUI *ONLINE SHOP* DI KALANGAN MAHASISWI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan di atas, maka masalah dalam peneliti ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana latar belakang Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belanja *online* busana Muslim ?
2. Bagaimana praktik belanja *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ?
3. Bagaimana kajian Ekonomi Syariah terhadap praktik belanja *online* busana Muslim tersebut ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka perlu dikemukakan pula tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan latar belakang Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belanja *online* busana Muslim.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan praktik belanja *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan kajian Ekonomi Syariah terhadap praktik belanja *online* busana Muslim tersebut.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Menambah wawasan pengetahuan dibidang keilmuan ekonomi Syariah.
- b) Untuk dijadikan kontribusi yang berguna dalam bidang jual beli ekonomi syariah bagi ilmu pengetahuan intelektual.
- c) Sebagai salah satu referensi dalam penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah

- a) Sebagai penyelesaian tugas akhir S1 Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.
- b) Sebagai sumbangsih pemikiran memperkaya khazanah ilmu pengetahuan bagi kepastakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 Bab, yaitu :

Bab I pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II kajian pustaka, terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teori meliputi: teori pasar, teori jual beli dan teori *khiyar* (memilih). Selanjutnya kerangka konsep meliputi: pengertian praktik pembelian, pengertian busana Muslim, dan pengertian *online shop*.

Bab III metode penelitian, terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV, hasil dan analisis penelitian tentang latar belakang Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belanja *online* busana Muslim, praktik belanja *online shop* yang di lakukan oleh

Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan kajian Ekonomi Islam terhadap praktik belanja *online* busana Muslim tersebut.

Bab V, penutup memuat kesimpulan dan saran.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dalam penelitian ini, dicantumkan hasil penelitian terdahulu yang pernah peneliti baca sebelumnya yang sejenis dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu ini bermanfaat dalam mengolah atau memecahkan masalah yang timbul dalam Praktik Pembelian Busana Muslim melalui *Online Shop* di Kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berikut ini peneliti mencantumkan 3 (tiga) penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Haning Dwi Pratiwi dengan judul “*Online Shop sebagai cara belanja di kalangan Mahasiswa Unnes*” pada Tahun 2013, Skripsi Universitas Negeri Semarang. Fokus penelitian ini yaitu: (1) mendiskripsikan fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes 2) mengetahui faktor yang mendorong mahasiswa Unnes memilih cara belanja dengan menggunakan *online shop*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes memberikan berbagai perubahan cara belanja. Perubahan tersebut bukan hanya dari segi pola belanja namun adapula perubahan yang sangat terlihat yaitu perubahan pada penggunaan *online shop* untuk sebagian mahasiswa yang cenderung selalu menggunakan *online shop* sebagai cara belanja untuk memenuhi kebutuhan. *Online shop* sudah banyak menggantikan model belanja konvensional menjadi *online shop*. *Online shop* memberikan

berbagai kemudahan sehingga dari 6 subjek penelitian terbukti bahwa 4 diantaranya menggunakan *online shop* untuk memenuhi kebutuhan Mahasiswa perempuan dalam menggunakan jasa *online shop* sebagai cara belanja lebih menekankan pemenuhan kebutuhan untuk membeli barang-barang seperti : pakaian, tas, sepatu dan kebutuhan pribadi lainnya. Mahasiswa laki-laki dalam menggunakan jasa *online shop* dalam memenuhi kebutuhan lebih menekankan pada konsumsi pemenuhan hobi seperti pembelian robot rakitan, alat olahraga dan pakaian yang dibutuhkan. Penggunaan *online shop* bukan hanya memberikan kemudahan namun adapula timbulnya masalah dalam penggunaanya yaitu adanya kekecewaan mahasiswa dalam menggunakan jasa *online shop* karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang dikehendaki.³ Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah untuk memperkaya teori pendukung tentang jasa *online shop* sebagai cara belanja untuk memenuhi kebutuhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sainah dengan judul “*Perilaku Pengguna Jasa Online Shop Dikalangan Mahasiswa Umrah*” pada Tahun 2016, Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang. Fokus penelitian ini yaitu mengapa mahasiswa Sosiologi Angkatan 2010 Umrah cenderung menggunakan jasa *Online Shop*. Adapun hasil temuan dalam penelitian menunjukan bahwa perilaku kecenderungan terhadap belanja *online shop* yaitu, menggunakan jasa *online shop* dianggap sebagai suatu

³Haning Dwi Pratiwi, *Online Shop* sebagai cara belanja di kalangan Mahasiswa Unnes, Skripsi Universitas Negeri Semarang, 2013.

sikap ajang bergengsi yang bermula dari adanya perkembangan zaman yang besar pengaruhnya dari lingkungan sekitar tempat tinggal, akses media, teman Kampus atau teman bermain sebagai pola baru yang dianut dalam masyarakat sehingga harus diikuti oleh seorang individu, bagi individu yang tidak mengikutinya akan diberi sanksi, dan tidak terkecuali seorang Mahasiswa, kemudian diikutinya sehingga menjadi suatu kebiasaan, karena jasa dianggap memiliki nilai-nilai yang lebih *treendi*, *up to date*, fleksibel, dan ekonomis karena lebih murah dan terjangkau harganya, memiliki nilai estetika (keindahan) dalam warna dan warni barang serta kemudahan dalam sistem penjualan dan pembeliannya, dan memiliki nilai solidaritas antar sesama pengguna jasa dalam komunitas-komunitas grup penjualan *online*, dengan segala tata aturan dalam sistem yang cukup beragam dan menarik, dengan berbagai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki jasa tersebut, sehingga menyebabkan kecenderungan perilaku terhadap penggunaan jasa yang begitu pesat sehingga menimbulkan perilaku konsumeriarisme.⁴ Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah memperkaya teori tentang jasa *online shop* sebagai cara belanjanya.

Selanjutnya penelitian dari Chacha Andira Sari dengan judul “*Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*” pada Tahun 2015, Skripsi Universitas Airlangga. Penelitian ini difokuskan ke dalam dua fokus, yaitu mengenai pola perilaku konsumtif berbelanja *online shop* di kalangan mahasiswi Antropologi FISIP

⁴Sainah, Perilaku Pengguna Jasa *Online Shop* Dikalangan Mahasiswa Umrah, Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, 2016.

Unair, dan persoalan yang dihadapi oleh mahasiswi Antropologi FISIP Unair dalam berbelanja *online shop*. Dalam penelitian ini dideskripsikan bahwa Perilaku konsumtif berbelanja *online* di kalangan mahasiswi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga ditunjukkan oleh adanya intensitas belanja mereka yang terhitung tidak wajar yaitu rata-rata sebulan sekali dan menghabiskan dana mulai dari Rp 45.000,-, dimana jenis kosmetik yang dapat diperoleh misalnya *eyeliner*, *lipstik* biasa tanpa *glow* dan lainnya. Persoalan-persoalan yang sering dihadapi oleh mahasiswi ketika berbelanja *online* adalah kebanyakan terkait dengan produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang diposting, lamanya waktu pengiriman, respon yang lambat dari *online shop* dalam menanggapi order konsumen, dan ongkos kirim yang tergolong mahal.⁵ Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah untuk memperkaya teori yang mendukung tentang penggunaan jasa *online shop* sebagai cara belanjanya.

Berdasarkan dari ketiga penelitian terdahulu tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa skripsi yang peneliti ajukan dengan judul “Praktik Pembelian Busana Muslim Melalui *Online Shop* di Kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” adalah penelitian yang berbeda, meskipun dalam ruang lingkup tema yang serupa dengan studi terdahulu tersebut. Adapun perbedaan dalam skripsi ini, peneliti meneliti perihal praktik pembelian busana Muslim.

⁵Chaca Andira Sari, Perilaku Berbelanja *online* di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga, Skripsi Universitas Airlangga, 2015.

Untuk mempermudah pembaca, peneliti menyimpulkan persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun, Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Haning Dwi Pratiwi, <i>Online Shop</i> Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa Unnes, 2013, kualitatif.	Penelitian yang dilakukan oleh Haning Dwi Pratiwi tersebut tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana fokus penelitian yaitu pada <i>online shop</i> .	Penelitian yang dilakukan oleh Haning Dwi Pratiwi mengenai <i>Online Shop</i> sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai praktik pembelian busana muslim melalui <i>online shop</i> di kalangan mahasiswi.
2	Sainah, Perilaku Pengguna Jasa <i>Online Shop</i> di Kalangan Mahasiswa Umrah, 2016, Kualitatif.	Penelitian yang dilakukan oleh Sainah tersebut tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana fokus penelitian yaitu pada <i>online shop</i> .	Penelitian yang dilakukan oleh Sainah mengenai perilaku pengguna jasa <i>online shop</i> di kalangan mahasiswa, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai praktik pembelian busana muslim melalui <i>online shop</i> di kalangan mahasiswi.
3	Chacha Andira Sari, Perilaku Berbelanja <i>Online</i> di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga, 2015, Kualitatif.	Penelitian yang dilakukan oleh Chacha Andira Sari tersebut tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana fokus penelitian yaitu pada <i>online shop</i> .	Penelitian yang dilakukan oleh Chacha Andira Sari mengenai perilaku berbelanja <i>online</i> di kalangan mahasiswi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai praktik pembelian busana muslim melalui <i>online shop</i> di kalangan mahasiswi.

Sumber: Dibuat oleh peneliti.

B. Kajian Teori

1. Teori Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli atau suatu daerah (tempat atau area) yang didalamnya

terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga. Pasar juga bisa didefinisikan sebagai tempat dimana para penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual dan beli.

Berdasarkan pengertian di atas, tampak bahwa pada umumnya pasar diartikan sebagai suatu tempat, lokasi dalam arti geografis yang mengharuskan kedua belah pihak untuk bertemu, padahal dalam kenyataannya pengertian tersebut sekarang ini bisa menjadi luas, yakni “pertemuan” yang bisa terjadi dengan tidak saling bertemu di antara keduanya.⁶

Pengertian “pasar” dalam ilmu ekonomi tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Barang yang ditransaksikan bisa berupa barang apapun, mulai dari beras dan sayur mayur, sampai ke jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi mempunyai pasarnya sendiri-sendiri. Pasar beras, pasar sayur, pasar sepatu, pasar jasa angkutan termasuk kategori pasar output, sedang pasar modal, pasar tenaga kerja, pasar “tanah” termasuk pasar input.

Masing-masing pasar terjadi *transaksi pasar* untuk barang yang bersangkutan. Dan apabila terjadi suatu transaksi, maka ini

⁶Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taymiyah)*, Surabaya: LaksBang PRESSindo, 2017, h. 109.

berarti telah terjadi suatu persetujuan (antara pembeli dan penjual) mengenai *harga* transaksi dan *volume* transaksi bagi barang tersebut. Dua aspek transaksi inilah (yaitu, harga dan volume) yang menjadi pusat perhatian ahli ekonomi apabila ia menganalisa suatu pasar.⁷

Pasar dapat diartikan sebagai suatu tempat berlangsungnya transaksi jual-beli antara konsumen dan produsen (dalam arti sempit). Sedangkan yang dimaksud dengan pasar (dalam arti luas) adalah suatu kejadian di mana berlangsung transaksi jual beli antara konsumen dan produsen.

Pasar merupakan proses terjadinya transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Melalui interaksi antara penjual dan pembeli akan terbentuk harga di pasar. Yang dimaksud dengan harga adalah banyaknya satuan uang yang harus dikorbankan untuk memperoleh suatu barang. Barang mempunyai harga dikarenakan (1) mempunyai nilai guna, (2) dibutuhkan, dan (3) ketersediaannya (*supply*) terbatas.⁸

Dari beberapa penjelasan tersebut, maka pengertian pasar menurut peneliti adalah sebuah tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lainnya.

⁷Boediono, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2015, h. 43.

⁸Lia Amaliawati dan Asfia Murni, *Ekonomika Mikro*, Bandung: PT Refika Aditama, 2014, h. 17.

b. Jenis-jenis Pasar

Jenis-jenis pasar yang umumnya banyak dipraktikkan biasanya adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut bentuk kegiatannya pasar dibagi menjadi dua, yaitu:
 - (a) Pasar nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjualbelikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contohnya adalah pasar tradisional dan pasar swalayan.
 - (b) Pasar abstrak adalah pasar dimana para pedagang nya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contohnya adalah pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.⁹
- 2) Menurut cara transaksinya jenis pasar dibedakan menjadi dua, yaitu:
 - (a) Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjualbelikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.
 - (b) Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjualbelikan dengan harga pas dan

⁹Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam*, h. 121.

dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mall, plaza dan tempat-tempat modern lainnya.

- 3) Menurut jenis barangnya. Beberapa pasar hanya menjual satu jenis barang tertentu, misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar buah, pasar ikan dan daging.
- 4) Menurut strukturnya, pasar terbagi menjadi tiga macam yaitu:
 - (a) Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiennya.
 - (b) Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat.
 - (c) Pasar oligopoli yaitu pasar yang terdiri dari hanya beberapa produsen saja. Adakalanya pasar oligopoli terdiri dari dua perusahaan saja dan pasar seperti itu dinamakan pasar duopoli.¹⁰

¹⁰*Ibid.*, h. 122-126.

2. Teori Jual beli

a. Pengertian Jual Beli

Secara etimologi jual beli dapat diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Namun secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan jual beli tersebut. Mari kita simak beberapa pendapat ulama mengenai jual beli.

- 1) Menurut Ulama Hanafiah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
- 2) Menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmu, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
- 3) Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab Al-Mugni, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik.¹¹

b. Jual Beli *Online*

Transaksi jual beli *online* atau *e-commerce* merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lain melalui media komunikasi, seperti kabel telepon, serat optik, satelit, atau gelombang frekuensi. Dalam satu jaringan komputer

¹¹Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung:Alfabeta, 2014, hal. 142.

tersebut terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik.¹²

E-commerce merupakan salah satu implementasi dari bisnis *online*. Berbicara mengenai bisnis *online* tidak terlepas dari transaksi, seperti jual beli via internet. Transaksi inilah yang kemudian dikenal dengan *electronic commerce* yang lebih populer dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer. Dunia industri teknologi informasi melihatnya sebuah aplikasi bisnis secara elektronik yang mengacu pada transaksi-transaksi komersial.

Adanya hubungan yang secara langsung antara satu jaringan komputer dengan jaringan yang lainnya maka sangat memungkinkan untuk melakukan satu transaksi langsung melalui jaringan komputer. Transaksi langsung inilah yang kemudian disebut dengan transaksi *online*. Menurut Arsyad Sanusi dalam transaksi *online* setidaknya ada tiga tipe, yaitu:¹³

- 1) Kontrak melalui *chatting* atau *video conference*;
- 2) Kontrak melalui *e-mail*;
- 3) Kontrak melalui situs atau web.

Model transaksi jual beli di dunia maya saat ini berkembang sangat pesat. Transaksi di dunia maya umumnya

¹²Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016, h. 30.

¹³*Ibid.*, h. 31.

menggunakan media sosial, seperti *twitter*, *facebook*, *blackberry messenger* dan media sosial lainnya. Dalam transaksi di dunia maya, antara para pihak yang bertransaksi tidak bertemu langsung, akan tetapi dapat berkomunikasi langsung, baik secara audio maupun audio visual. Selain itu, komunikasi antara keduanya dapat melalui tulisan, seperti *inbox* via *facebook*, via *Short Message Service/SMS*, via *e-mail*, dan media tulis lainnya yang disediakan di dunia maya.

Akad dalam transaksi elektronik di dunia maya berbeda dengan akad secara langsung. Transaksi elektronik biasanya menggunakan akad secara tertulis, (*E-mail*, *Short Message Service/SMS*, *Blackberry Messenger/BBM* dan sejenisnya) menggunakan lisan (via telepon) atau video seperti *teleconference*. Jual beli melalui media elektronik adalah transaksi jual beli yang dilakukan via teknologi modern sebagaimana disebutkan keabsahannya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli. Apabila rukun dan syarat terpenuhi maka transaksi semacam ini sah. Sah sebagai sebuah transaksi yang mengikat, dan sebaliknya, apabila tidak terpenuhi maka tidak sah.¹⁴

¹⁴*Ibid.*, h. 33.

c. Jual Beli dalam Ekonomi Islam

1) Pengertian Jual Beli dalam Ekonomi Islam

Jual beli atau perdagangan dalam istilah *fiqh* disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau membeli. Jual beli merupakan istilah yang dapat digunakan untuk menyebut dari dua sisi transaksi yang terjadi sekaligus, yaitu menjual dan membeli.¹⁵ Sementara secara terminologi, ada beberapa ulama yang mendefinisikan jual beli. Salah satunya adalah Imam Hanafi, beliau menyatakan bahwa jual beli adalah tukar menukar harta atau barang dengan cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang disenangi dengan barang yang setara nilai dan manfaatnya nilainya setara dan membawa manfaat bagi masing-masing pihak. Tukar menukar tersebut dilakukan dengan ijab kabul atau saling memberi. Adanya klausul membawa manfaat untuk mengecualikan tukar menukar yang tidak membawa manfaat bagi para pihak, seperti tukar menukar dirham dengan dirham, atau tukar menukar barang yang tidak disenangi atau tidak dibutuhkan seperti bangkai dan debu.¹⁶

2) Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh

¹⁵Abdul Rahman Ghazaly, dkk., *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 67.

¹⁶Imam Mustofa, *Fiqh Mua'malah*, h. 21.

syara'. Dalam menentukan rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama.

Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan kabul (ungkapan menjual dari penjual). Menurut mereka, yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (*rida/taradhi*) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Sedangkan Jumhur Ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu: Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli), ada *shighat* (*lafal* ijab dan kabul), ada barang yang dibeli dan ada nilai tukar pengganti barang.¹⁷

Sementara syarat jual beli ada empat macam, yaitu:

- a) Syarat *in'aqad* yang terdiri dari:
 - (1) Yang berkenaan dengan *'aqid*: harus cakap bertindak hukum.
 - (2) Yang berkenaan dengan akadnya sendiri: Adanya persesuaian antara ijab dan qabul, Berlangsung dalam majlis akad.
 - (3) Yang berkenaan dengan obyek jual-beli: Barangnya ada, berupa *mal mutaqawwim*, milik sendiri, dan dapat diserahkan-terimakan ketika akad.

¹⁷Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat...*, h. 71.

- b) Syarat *Shihhah* yang bersifat umum adalah: bahwasanya jual beli tersebut tidak mengandung salah satu dari enam unsur yang merusaknya, yakni: *jihalah* (ketidakjelasan), *ikrah* (paksaan), *tauqit* (pembatasan waktu), *gharar* (tipu-daya), *dharar* (aniaya) dan persyaratan yang merugikan pihak lain.
- c) Syarat *Nafadz* ada dua macam: Adanya unsur *milkiyah* atau *wilayah*, bendanya yang diperjualkan tidak mengandung hak orang lain.
- d) Syarat *Luzum* yakni tidak adanya hak khiyar yang memberikan pilihan kepada masing-masing pihak antara membatalkan atau meneruskan jual beli.¹⁸

3) Jenis-jenis Akad Jual Beli dalam Ekonomi Islam

Terdapat jenis-jenis akad jual beli dalam ekonomi Islam yaitu sebagai berikut:

- a) Akad Jual beli *Murabahah*

Ibnu Rusyd al-Maliki mengatakan *murabahah* adalah jual beli komoditas di mana penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang harga pokok pembelian barang dan tingkat keuntungan yang diinginkan.¹⁹

¹⁸Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002, h. 121.

¹⁹Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015, h. 103.

b) Akad Jual beli *as-salam*

Akad jual beli *as-salam* adalah jual beli barang pesanan di antara pembeli (*muslam*) dengan penjual (*muslam ilaih*). Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara penuh. Ulama Malikiyyah menyatakan, *salam* adalah akad jual beli di mana pembayaran dilakukan secara tunai di muka dan objek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.²⁰

Hukum jual beli *as-salam* diperbolehkan dalam syariat Islam, berdasarkan dalil Al-Qur'an yang terdapat dalam surat Al-Baqarah:282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak cara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (QS. Al-Baqarah: 282).²¹

Sebagaimana dapat dipahami dari hadits di atas, jual-beli *as-salam* memiliki beberapa ketentuan (persyaratan) yang harus diindahkan. Dan persyaratan-persyaratan tersebut bertujuan untuk mewujudkan maksud dan hikmah disyari'atkannya *as-salam*, serta menjauhkan

²⁰*Ibid.*, h. 128.

²¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010, h. 122.

akad *as-salam* dari unsur riba dan *ghoror* (untung-untungan). Adapun persyaratan-persyaratan tersebut yaitu:

1) Pembayaran Dilakukan di Muka (kontan)

Sebagaimana dapat dipahami dari namanya, yaitu *as-Salam* yang berarti penyerahan, atau *as-Salaf*, yang artinya mendahulukan, maka para ulama' telah menyepakati bahwa pembayaran pada akad *as-salam* harus dilakukan di muka atau kontan, tanpa ada sedikitpun yang terhutang atau ditunda.

2) Dilakukan Pada Barang-barang yang Dapat Ditentukan Kriterianya

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa akad *as-salam* ialah akad pemesanan barang dengan pembayaran dimuka, maka menjadi suatu keharusan apabila barang yang dipesan adalah barang yang dapat ditentukan melalui penyebutan kriteria. Penyebutan kriteria ini bertujuan untuk menentukan barang yang diinginkan oleh kedua belah pihak, seakan-akan barang yang dimaksud ada dihadapan mereka berdua. Dengan demikian, ketika jatuh tempo, kedua belah pihak diharapkan tidak terjadi percekcoakan tentang barang yang dimaksud.

3) Penyebutan Kriteria Barang Pada Saat Akad Dilaksanakan

Dapat dipahami bahwa pada akad *as-salam*, penjual dan pembeli berkewajiban untuk menyepakati kriteria barang yang dipesan. Kriteria yang dimaksud di sini ialah segala hal yang bersangkutan dengan jenis, macam, warna, ukuran, jumlah barang serta setiap kriteria yang diinginkan dan mempengaruhi harga barang. Sebagai contoh: Bila A hendak memesan beras kepada B, maka A berkewajiban untuk menyebutkan, jenis beras yang dimaksud, tahun panen, mutu beras, daerah asal serta jumlah barang.²²

c) Akad Jual beli *istishna'*

Akad jual beli *istishna'* adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli) dan penjual. Penjual akan menyiapkan barang yang dipesan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dimana ia dapat menyiapkan sendiri atau melalui pihak lain. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta sistem pembayaran, apakah pembayaran

²²Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah.*, h. 132.

dilakukan di muka, melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai suatu waktu pada masa yang akan datang.²³

Menurut Mazhab Hanafi, akad *istishna'* termasuk akad yang di larang karena bertentangan dengan semangat akad secara qiyas. Mereka mendasarkan kepada argumentasi bahwa pokok kontrak penjual harus ada dan dimiliki oleh pihak penjual, sedangkan dalam *istishna'*, pokok kontrak itu belum ada atau tidak di miliki pihak penjual. Meskipun demikian, Mazhab Hanafi Menyetujui kontrak *istishna'* atas dasar Istihsan karena alasan-alasan berikut ini:

- 1) Masyarakat telah mempraktikkan akad *Istishna'* secara luas dan terus menerus tanpa ada keberatan sama sekali. Hal demikian menjadikan akad *istishna'* sebagai kasus *ijma'* atau konsensus umum.
- 2) Di dalam Syariah di mungkinakan adanya penyimpangan terhadap qiyas berdasarkan *ijma'* ulama.
- 3) Keberadaan akad *istishna'* di dasarkan atas kebutuhan masyarakat. Banyak orang seringkali memerlukan barang yang tidak tersedia di pasar sehingga mereka

²³Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta:Gema Insani, 2001, h. 159.

cenderung untuk melakukan kontrak agar orang lain membuatkan barang untuk mereka.

- 4) Akad *istishna'* sesuai dengan aturan umum mengenai kebolehan kontrak selama tidak bertentangan dengan nash atau aturan syariah.²⁴

4) Jual Beli *Online* dalam Ekonomi Islam

Jual beli *online* di artikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Atau jual beli via internet adalah akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli *online* adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya. Sedangkan karakteristik *online shop* yaitu:

- a) Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
- b) Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi;

²⁴Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah.*, h. 138.

- c) Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Karakteristik yang membedakan *online shop* dengan bisnis *offline shop* yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi *as-salam* dan *Istishna*.²⁵

Berbisnis melalui *online* dalam Islam diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman dan penipuan. Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka. Karena jual beli atau berbisnis seperti melalui *online* memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat dan mudah. Jual beli lewat *online* harus memiliki syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat *online* diantaranya:

- a) Tidak melanggar ketentuan syari'at agama, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadinya kecurangan dan penipuan.

²⁵Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 03, No. 01, Maret 2017, h. 55.

- b) Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat (*Alimdha*) atau pembatalan (*Fasakh*).²⁶

3. *Khiyar* (Memilih)

Khiyar adalah hak yang dimiliki oleh dua pihak yang berakad (*'aqidain*) untuk memilih antara meneruskan akad, atau membatalkannya dalam *khiyar syarat* dan *khiyar 'aib*, atau hak memilih salah satu dari sejumlah benda dalam *khiyar ta'yin*. Sebagian *khiyar* adakalanya bersumber dari kesepakatan seperti *khiyar syarat* dan *khiyar ta'yin* dan sebagiannya lagi bersumber dari ketetapan syara' seperti *khiyar 'aib*.

Menurut Wahbah az-Zuhaili ada tujuh belas macam *khiyar*, namun di dalam kitabnya dia hanya menyebutkan enam macam *khiyar* yang populer, sebagaimana yang akan diterangkan berikut ini.²⁷

- a. *Khiyar Majlis* adalah setiap *'aqidain* mempunyai hak untuk memilih antara meneruskan akad atau mengurungkannya sepanjang keduanya belum berpisah. Artinya suatu akad belum bersifat *lazim* (pasti) sebelum berakhirnya majlis akad yang ditandai dengan berpisahnya *'aqdain* atau dengan timbulnya pilihan lain. Namun *khiyar majlis* ini tidak berlaku pada setiap akad, melainkan hanya

²⁶*Ibid.*, h. 59.

²⁷Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 41.

berlaku pada akad *al-mu'awadhah al-maliyah*, seperti akad jual beli dan ijarah.

- b. *Khiyar ta'yin* adalah hak yang dimiliki oleh pembeli untuk memastikan pilihan atas sejumlah benda sejenis atau setara sifat atau harganya. *Khiyar* ini hanya berlaku pada akad *mu'awadhah al-maliyah* yang mengakibatkan perpindahan hak milik, seperti jual beli. Keabsahan *khiyar ta'yin* menurut madhab Hanafi harus memenuhi tiga syarat sebagai berikut:²⁸

- 1) Maksimal berlaku pada tiga pilihan obyek akad.
- 2) Sifat dan nilai benda-benda yang menjadi obyek pilihan harus setara dan harganya harus jelas. Jika nilai dan sifat masing-masing benda berbeda jauh, maka *khiyar ta'yin* ini menjadi tidak berarti.
- 3) Tenggang waktu *khiyar* ini tidak lebih dari tiga hari.

- c. *Khiyar syarat* adalah hak *'aqidain* untuk melangsungkan atau membatalkan akad selama batas waktu tertentu yang dipersyaratkan ketika akad berlangsung. Seperti ucapan seorang pembeli “saya beli barang ini dengan hak *khiyar* untuk diriku dalam sehari atau tiga hari”. *Khiyar syarat* ini hanya berlaku pada jenis akad lazim yang dapat menerima upaya *fasakh* (pembatalan) seperti pada akad jual beli, *mudharabah*²⁹, *muzara'ah*³⁰, *ijarah*³¹,

²⁸*Ibid.*, h. 42.

²⁹*Mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian di awal.

- kafalah*³², *musaqah*³³, *hiwalah*³⁴, dan lain-lain. Sedangkan *khiyar* ini tidak berlaku pada akad *ghair lazim*: seperti pada akad *wakalah*, *'ariyah*, *wadi'ah*, *hibah* dan *wasiah*. *Khiyar syarat* ini juga tidak berlaku pada akad lazim yang tidak menerima upaya fasakh, seperti akad *nikah*, *thalak* dan *khulu'*.³⁵
- d. *Khiyar 'aib* adalah hal yang dimiliki oleh salah seorang dari *'aqidain* untuk membatalkan atau tetap melangsungkan akad ketika dia menemukan cacat pada obyek akad yang mana pihak lain tidak memberitahukannya pada saat akad.
 - e. *Khiyar ru'yah* adalah hak pembeli untuk membatalkan atau tetap melangsungkan akad ketika dia melihat obyek akad dengan syarat dia belum melihatnya ketika berlangsung akad atau sebelumnya dia pernah melihatnya dalam batas waktu yang memungkinkan telah terjadi perubahan atasnya.
 - f. *Khiyar naqd* (pembayaran) tersebut terjadi apabila dua pihak melakukan jual beli dengan ketentuan jika pihak pembeli tidak melunasi pembayaran, atau pihak penjual tidak menyerahkan

³⁰*Muzara'ah* adalah mengerjakan lahan orang lain seperti sawah atau ladang dengan imbalan sebagian hasilnya (seperdua, sepertiga atau seperempat).

³¹*Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

³²*Kafalah* (menanggung) adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

³³*Musaqah* adalah kerja sama antara pemilik kebun atau tanaman dan pengelola untuk memelihara kebun atau tanaman dengan perjanjian bagi hasil yang jumlahnya menurut kesepakatan bersama yang disebutkan dalam akad.

³⁴*Hiwalah* adalah memindahkan utang dari tanggungan *muhiil* (pengutang pertama) kepada tanggungan *muhaal 'alaih* (pengutang kedua).

³⁵Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, h. 43.

barang dalam batas waktu tertentu. Maka pihak yang dirugikan mempunyai hak untuk membatalkan atau tetap melangsungkan akad.³⁶

C. Kerangka Konsep

1. Pengertian Praktik Pembelian

Praktik adalah suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan (*overt behaviour*). Untuk terwujudnya sikap menjadi suatu perbedaan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan, antara lain adalah fasilitas. Di samping fasilitas, diperlukan faktor dukungan (*support*) dari pihak lain, misalnya suami atau istri, orang tua atau mertua sangat penting untuk mendukung praktik.³⁷

Pengertian pembelian adalah suatu peristiwa atau tindakan yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan tujuan menukarkan barang atau jasa dengan menggunakan alat transaksi yang sah dan sama-sama memiliki kesepakatan dalam transaksinya, dalam pembelian terkadang akan terjadi tawar menawar antara pembeli dan penjual hingga mendapatkan kesepakatan harga yang kemudian akan melakukan transaksi penukaran barang atau jasa dengan alat tukar yang sah dan disepakati oleh kedua belah pihak.

³⁶*Ibid.*, h. 47.

³⁷Sri Waningsih, Pengertian Praktik, <http://repository.unimus.ac.id/602/3/BAB%20II.pdf> (Di akses pada Tanggal 5 Juli 2018 Pukul 08.12).

Adapun tahapan-tahapan pembelian yaitu sebagai berikut :

- a. Kesadaran akan kebutuhan suatu dan ketersediaannya. Seorang konsumen harus tahu bahwa ada kebutuhan atau ada kesempatan yang dapat dilakukan bila dia membeli barang tertentu dan barang tertentu tersebut tersedia di pasar.
- b. Seorang konsumen akan mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang produk yang akan dibelinya. Konsumen akan mencari informasi suatu produk tentang fitur-fiturnya, harganya, penjualannya, dan juga jaminan dari perusahaan.
- c. Seorang Konsumen akan merasa suka dan butuh terhadap produk itu secara umum.
- d. Preferensi. “Kenapa saya harus membeli produk merk A, bukan merk B. Kenapa saya harus membeli tipe yang seharga ini bukan seharga itu.” Ini adalah preferensi. Konsumen akan mencocokkan produknya disesuaikan dengan kesukaannya, selera, budgetnya dan lainnya. Di tahapan ini konsumen sudah mulai mengerucutkan pada apa yang lebih disukai dibandingkan yang lain.
- e. Membuat keyakinan atau konfirmasi. Setelah konsumen mengerucutkan pada beberapa pilihan, dia akan tambah mantap setelah mendengar penjelasan yang baik dari penjual /salesman dan memutuskan untuk membeli.

- f. Akhirnya konsumen tersebut akan merasa puas atas hasil pembelian yang telah dilakukannya, dan setiap konsumen akan berbeda.

Jadi, sebenarnya dalam tahapan ketika seseorang ingin membeli sesuatu apakah itu laptop, mobil, makanan, baju dan lainnya akan melewati 6 tahapan ini. Kesadaran akan kebutuhan produk, lalu mendorongnya mencari informasi lebih banyak. Setelah itu dia yakin akan kebutuhannya membeli produk itu. Setelah proses ini dia akan mencari preferensi mana yang dia sukai. Lalu akhirnya dia meyakinkan diri, “OK”, kalau begini saya beli.” Setelah yakin, seorang konsumen akhirnya membeli.³⁸

2. Pengertian Busana Muslim

Busana Muslim adalah berbagai jenis busana yang dipakai oleh wanita Muslimah sesuai dengan ketentuan syariat Islam, dimaksud untuk menutupi bagian-bagian tubuh yang tidak pantas untuk diperlihatkan kepada publik. Yang pada intinya busana Muslimah harus dikaitkan dengan sikap taqwa yang menyangkut nilai psikologis terhadap pemakainya. Untuk menumbuhkan konsep diri busana Muslimah semua itu kembali kepada masing-masing individu, namun dengan memperlihatkan bentuk mode biasa dilakukan dengan tiru-tiru atau iseng-iseng saja, mode ini didalam masyarakat biasanya sangat

³⁸Andy Hakim, Pengertian Pembelian, <https://hakimandy.wordpress.com/2015/01/05/pembelian/> (Di akses pada Tanggal 7 Juli 2018 Pukul 10.12).

cepat perkembangannya. Pada dasarnya orang mengikuti mode untuk memperingati gengsinya menurut pandangan. Contohnya pada (pakaian dan celana) pakaian, warna, keindahan, merupakan salah satu faktor pendukung yang tidak dapat dipungkiri. Begitu pula dengan berbusana Muslimah atau perilaku dalam berbusana Muslimah harus menyesuaikan apa yang ia kenakan. Didalam Islam pun mengajarkan etika tentang menutup aurat, atau busana yaitu yang terdapat dalam surat Al-A'raf:26

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا ۖ وَلِبَاسُ
التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ
لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.” (QS. Al-A'raf: 26).³⁹

Islam kemudian memerintahkan wanita-wanita Muslim untuk memakai busana Muslimah yang membedakan orang-orang Muslim dengan non-Muslim. Islam memberikan ketetapan yang begitu jelas dalam Al-Qur'an sebagai panduan bagi seluruh kaum Muslimah dalam berbusana. Namun, dalam kenyataan sekarang ini banyak sekali jenis pakaian Muslim yang tidak sesuai dengan apa yang digambarkan dalam Al-Qur'an. Berbusana Muslimah selain menjadi sarana untuk menjaga pandangan dari nafsu syahwat, juga memberikan pengaruh dalam

³⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010, h. 316.

persepsi sosial dan tingkah laku seseorang untuk tetap berusaha berada dalam aturan Islam.⁴⁰

3. Pengertian *Online Shop*

Online shop atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. *Online shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Pada *online shop* konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video.⁴¹

Tuntutan gaya hidup saat ini telah memiliki makna lain terkait dengan identitas diri yang bersifat prestisius. Kondisi tersebut digambarkan oleh Veblen dalam *The Theory of Leisure Class* yang menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan adanya dorongan dan pola perilaku konsumsi masyarakat. Salah satu teori Veblen yang dikutip oleh Chaca Andira Sari, adalah teori tentang kecenderungan pola konsumsi yang disebut dengan *conspicuous consumption* atau pamer. Menurut teori tersebut, yang perlu diperhatikan masyarakat adalah uang karena dengan uang atau harta yang dimiliki, mampu menaikkan status, harga diri atau gengsi seseorang dalam kehidupan

⁴⁰H Wati, Pengertian Busana Muslimah, http://repository.radenintan.ac.id/268/3/BAB_II.pdf (Di unduh pada Tanggal 25 Juni 2018 Pukul 07.13).

⁴¹Chacha Andira Sari, “Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga”, *AntroUnairdotNet*, Vol. IV, No.2, Juli 2015, h. 208.

bermasyarakat. Kepemilikan harta yang melimpah, membuat tiap individu berlomba-lomba untuk membeli barang-barang yang digunakan untuk pameran.⁴²

Adanya kondisi di mana individu membeli barang-barang yang digunakan untuk pameran menimbulkan suatu anggapan-anggapan tentang perilaku konsumen yaitu harusnya seorang konsumen dapat bertindak secara rasional meskipun konsumen tersebut memiliki kesadaran bahwa dalam kenyataannya para konsumen belum tentu bertindak rasional. Bertindak rasional diartikan bahwa pendapatan yang jumlahnya terbatas akan mendorong seseorang untuk ekonomis dan memilih atau memutuskan untuk membeli barang yang satu atau bukan membeli lebih banyak barang yang satu berdasarkan pada pertimbangan mana yang paling sesuai serta dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan yang dimiliki.

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, telah terjadi perubahan dalam perilaku berbelanja pada masyarakat. Perubahan dalam perilaku berbelanja pada masyarakat merupakan konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi internet

⁴²*Ibid.*, h. 209.

penjualan bisa dilakukan secara *online*. Toko *online* bisa dikatakan tempat berjualan yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara *online* di internet. Aktivitas toko *online* yang dilakukan tidak melalui *online* misalnya pengiriman barang, tentu harus dilakukan secara manual dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen.⁴³

Menurut Wicaksono toko *online* adalah *website* yang digunakan untuk menjual produk melalui internet dimana perkembangan toko *online* di Indonesia saat ini cukup pesat. Kelebihan toko *online* dibandingkan toko konvensional adalah 1) Modal untuk membuka toko *online* relatif kecil, 2) Tingginya biaya operasional sebuah toko konvensional, 3) Toko *online* buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja, 4) Konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat, dan 5) Konsumen dapat mengakses beberapa toko *online* dalam waktu bersamaan.⁴⁴

Mengelola toko *online* dibutuhkan keahlian yang berupa komunikasi yang terjalin antara pemilik toko dengan konsumen tidak hanya melalui fasilitas telepon, namun juga melalui layanan *email* atau *chatting*.

D. Kerangka Pikir

Tema penelitian tentang “Praktik Pembelian Busana Muslim Melalui *Online Shop* di Kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi

⁴³*Ibid.*, h. 210.

⁴⁴*Ibid.*, h. 211.

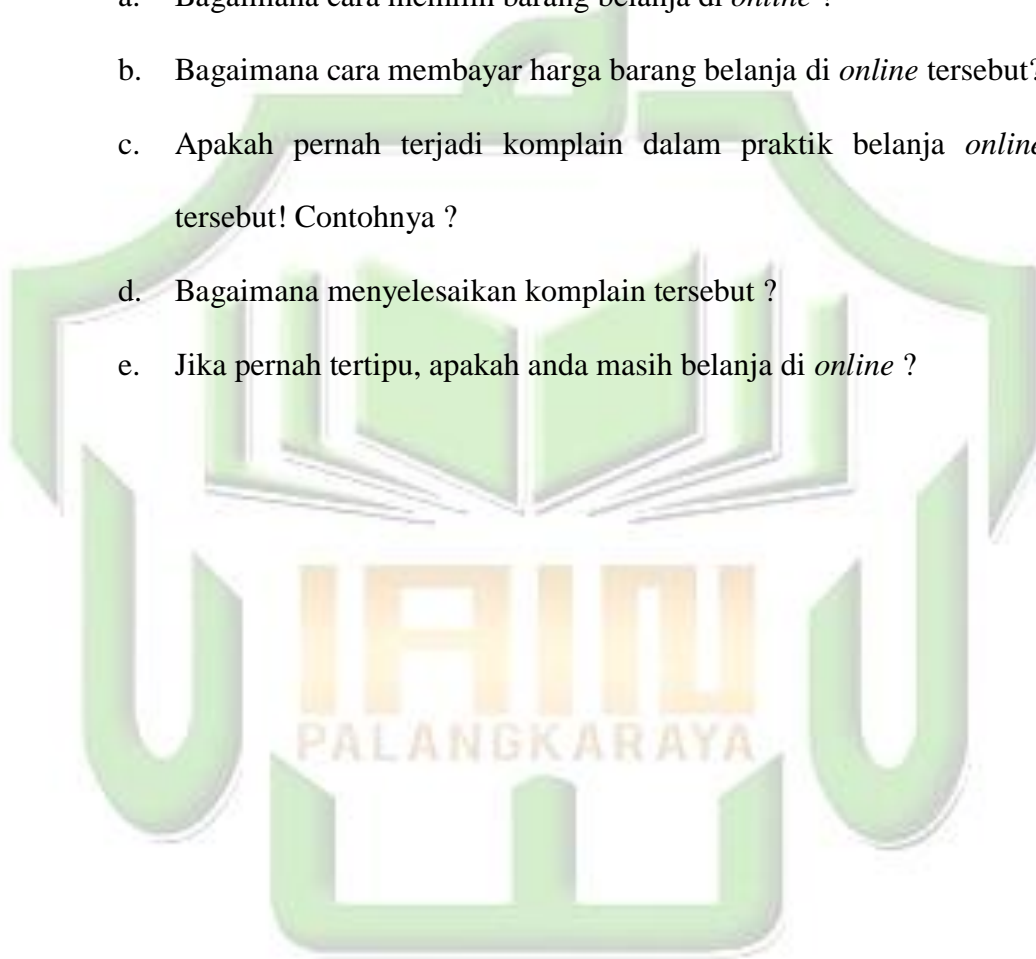
dan Bisnis Islam” menggambarkan adanya transaksi pembelian busana Muslim melalui *online* di kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mereka lebih memilih melakukan pembelian busana Muslim tersebut menggunakan media internet hal ini untuk mempermudah dan menghemat waktu secara praktis. Berdasarkan kerangka berpikir tersebut maka bagan penelitian dibuat sebagai berikut :



E. Pertanyaan Penelitian

1. Latar belakang Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belanja *online* busana Muslim
 - a. Sejak kapan anda belanja menggunakan *online shop* ?
 - b. Kenapa memilih belanja secara *online shop* ?

- c. Dari mana anda mengetahui cara belanja tersebut ?
 - d. Apa bedanya belanja *online* dengan belanja di toko ?
 - e. Apakah tidak khawatir ada penipuan ?
2. Praktik belanja *online shop* yang di lakukan oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- a. Bagaimana cara memilih barang belanja di *online* ?
 - b. Bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut?
 - c. Apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut! Contohnya ?
 - d. Bagaimana menyelesaikan komplain tersebut ?
 - e. Jika pernah tertipu, apakah anda masih belanja di *online* ?



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini terhitung bulan Oktober-November tahun 2018, dengan waktu 2 bulan tersebut peneliti merasa cukup menggali data dan fakta berupa informasi dari subjek ataupun objek yang berhubungan dengan permasalahan tersebut. Sedangkan lokasi penelitian bertempat di Kampus IAIN Palangka Raya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan/*field research*, penelitian lapangan adalah bentuk penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* dikalangan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Makna yang diberikan oleh anggota masyarakat pada perilakunya dan kenyataan sekitar.

2. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, pendekatan kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menghasilkan

data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁴⁵

Terkait dengan pendekatan pada penelitian ini, maka peneliti melakukan pertemuan dengan mereka pada saat mereka berada di kampus dengan tujuan untuk berbincang-bincang sekaligus mewawancarai mereka terkait dengan praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* di kalangan mahasiswi IAIN Palangka Raya.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, untuk dapat memberikan data primer untuk penelitian ini. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti dari hasil wawancara atau kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁴⁶

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu semester 5 angkatan tahun 2016 yang diwawancara 5 mahasiswi dari 66 kuota keseluruhan mahasiswi, kemudian semester 3 angkatan tahun 2017 yang diwawancara 3 mahasiswi dari 98 keseluruhan mahasiswi, sehingga jumlah yang

⁴⁵Lexy J Meleong, Metodologi Penelitian Kuantitatif, PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004, h. 3.

⁴⁶Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 42.

peneliti akan wawancara adalah sebanyak 8 subjek. Hal ini peneliti lakukan mengacu pada pendapat Riduwan bahwa, *purposive sampling* dikenal dengan sampel pertimbangan ialah teknik sampel yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampel atau penentu sampel untuk tujuan tertentu.⁴⁷

Adapun pertimbangan lain peneliti terkait tentang sampel penelitian tersebut, disertai dengan kriteria subjek tersebut sebagai berikut:

- a. Mahasiswi yang diteliti pernah melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop* lebih dari 5 kali (hanya untuk keperluan sendiri dan tidak untuk dijual kembali).
 - b. Bersedia di wawancarai.
2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah mengenai praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* di kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut :

⁴⁷Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011, h. 131.

1. Observasi pada teknik ini peneliti mengadakan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap apa yang diteliti. Yang menjadi pengamatan langsung adalah praktik *online shop* di kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan *interview* pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Wawancara ini dapat dipakai untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.⁴⁸

Untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* di kalangan Mahasiswi di Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, kemudian para subjek tersebut dapat memberikan keterangan dan jawaban dengan jelas dan baik.

Penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, dengan menetapkan pertanyaan secara terbuka dari pertanyaan-pertanyaan yang akan dilakukan.

3. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Dokumen sebagai metode pengumpulan data adalah setiap persyaratan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan penguji suatu peristiwa.⁴⁹

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data beberapa catatan dan laporan-laporan yang berhubungan dengan data yang digali.

⁴⁸Husen Umar, *Metode penelitian.*, h. 89.

⁴⁹*Ibid.*, h. 93.

Adapun data yang didapat dari mengkaji dokumentasi gambaran umum lokasi penelitian praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop*. Metode yang dilakukan dalam praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* yaitu bukti pembelian atau struk.

E. Pengabsahan Data

Salah satu cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan menggunakan triangulasi peneliti, metode, teori, dan sumber data. Dengan mengacu pada Denzin, menurutnya pelaksanaan teknis dari langkah pengujian keabsahan ini ada 4 macam triangulasi yaitu, peneliti, sumber, metode, dan teori.⁵⁰

Teknik pengabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode. Sumber berarti membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara membandingkan antara apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.⁵¹ Sedangkan metode adalah prosedur atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu. Kemudian ada satu istilah lain yang erat kaitannya dengan dua istilah ini, yakni tehnik yaitu cara yang spesifik dalam memecahkan masalah tertentu yang ditemukan dalam melaksanakan prosedur. Keabsahan data dalam penelitian ini menjamin

⁵⁰Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2007, h. 264.

⁵¹Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*, Jurnal, Vol. 10 No.4, 2010, h. 56.

bahwa dalam mendeskripsikan sejauh mana praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* di kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵² Analisis data dimaksud untuk mengorganisasikan data yang terkumpul. Data-data yang telah diperoleh di lokasi penelitian dianalisis dengan langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada dasarnya merupakan serangkaian proses yang dilakukan sesuai metode penelitian yang digunakan. Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan beberapa tahapan yang saling terkait, yaitu menentukan setting dan subjek penelitian, menentukan jenis data yang akan dikumpulkan, menentukan pengumpulan teknik data, dan melakukan pengumpulan data. Dalam teknik pengumpulan data, sudah disebutkan dalam poin teknik

⁵²Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 89.

pengolahan data yang mana dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumen.⁵³

Dalam pengumpulan data awal terkait dengan penelitian ini saat observasi dilakukan bahwa pelaku jual beli *online shop* dari kalangan mahasiswi Ekonomi syariah angkatan 2016 berjumlah 44 mahasiswi dan 2017 berjumlah 70 mahasiswi yang teridentifikasi melakukan jual beli *online* busana Muslim.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.⁵⁴

Mengacu pada pengumpulan data diatas bahwa dari kalangan mahasiswi Ekonomi syariah angkatan 2016 berjumlah 44 mahasiswi dan angkatan 2017 berjumlah 70 mahasiswi, setelah melalui dari beberapa pertimbangan peneliti maka jumlah tersebut direduksi menjadi 8 responden saja yang diteliti berdasarkan penggolongan dan pengorganisasian data yang relevan atau sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini untuk selanjutnya disajikan dalam

⁵³Umar Suharsaputra, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan)*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2012, h. 215.

⁵⁴Sugiono, *Memahami.*, h. 92.

bentuk laporan dan di analisis sesuai dengan masing-masing rumusan masalah.

3. Penyajian Data

Penyajian data merupakan data yang sudah direduksi sehingga terlihat sosoknya yang lebih utuh. Dalam penyajian data laporan yang sudah direduksi dilihat kembali gambaran secara keseluruhan, sehingga dapat tergambar konteks data secara keseluruhan, dan dari situ dapat dilakukan penggalian data kembali apabila dipandang perlu untuk lebih mendalami masalahnya. Penyajian ini sangat penting dan menentukan bagi langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan/verifikasi karena dapat memudahkan upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan.

4. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Data colusion atau menarik kesimpulan dari data yang diperoleh yaitu setelah semua data-data yang diinginkan diperoleh selanjutnya mencari kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah. Penarikan kesimpulan dengan verifikasi dilakukan dengan melihat kembali pada reduksi data maupun pada data display, sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang dianalisis. Menarik kesimpulan dan verifikasi dilakukan sejak awal terhadap data yang diperoleh, tetapi kesimpulannya masih bersifat tentatif, diragukan tetapi semakin bertambahnya data maka kesimpulan itu lebih berbasis data

lapangan. Kesimpulan harus diverifikasi selama penelitian masih berlangsung.⁵⁵

Kemudian pada tahap yang terakhir ini, penelitian melakukan verifikasi atau menarik kesimpulan dari data yang diperoleh dan dianalisis sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab semua rumusan masalah dalam penelitian ini.



⁵⁵Umar Suharsaputra, *Metode Penelitian.*, h. 219.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat IAIN Palangka Raya

Sejarah awal IAIN Palangka Raya dimulai dari sebuah lembaga bernama Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya yang diresmikan Rektor IAIN Antasari Banjarmasin, H. Mastur Jahri, MA pada tahun 1972. Fakultas ini didirikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan tenaga guru Agama Islam di Kalimantan Tengah. Pada tanggal 13 November 1975 fakultas ini memperoleh status terdaftar berdasarkan surat keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI Nomor: Kep/D.V218/1975.

Pada periode 1975-1980, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya belum mengalami kemajuan yang berarti. Ketika itu jumlah mahasiswa yang mampu menyelesaikan studi hanya 6 orang pada jenjang sarjana muda. Kemudian pada tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya bergabung dalam Badan Kerja Sama Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta (BKS-PTAIS) se Indonesia. Berdasarkan surat BKS-PTAIS dengan Nomor: 008/104/0/BKS-PTAIS/1985 tertanggal 19 Januari 1985 Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya secara resmi diterima menjadi anggota Kopertis IV Surabaya.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI Nomor 9 tahun 1988 dan Keputusan Menteri Agama RI tertanggal 9 Juli 1988,

Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya menjadi Fakultas Tarbiyah Negeri yang merupakan bagian dari Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Banjarmasin. Kemudian untuk lebih mengembangkan lembaga pendidikan Islam ini, berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 11 tahun 1997 serta Keputusan Menteri Agama RI Nomor 301 tahun 1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Palangka Raya berubah status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Perubahan status tersebut memberikan peluang lembaga untuk menerapkan manajemen sendiri, mengembangkan kelembagaan, jurusan dan program studi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.

Perubahan menjadi IAIN Palangka Raya ditandai dengan penandatanganan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014) pada Jum'at, 17 Oktober 2014 atau 3 hari sebelum peralihan kekuasaan, 20 Oktober 2014 kepada Presiden baru terpilih, Joko Widodo.⁵⁶

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya terdiri dari 4 fakultas, 8 jurusan dan 20 program studi untuk strata satu (S1) dan 4 program magister (S2) diantaranya sebagai berikut :⁵⁷

⁵⁶Profil IAIN Palanngka Raya, <http://www.iain-palangkaraya.ac.id/new/profil-institusi/> (Di akses pada Tanggal 2 Oktober 2018 Pukul 07.38 WIB).

⁵⁷Profil IAIN Palangka Raya, <http://www.iain-palangkaraya.ac.id/new/profil-institusi/> (Di akses pada Tanggal 27 Oktober 2018 Pukul 10.12 WIB).

Tabel 4.1 Jurusan Program Strata 1 (S1)

NO	FAKULTAS	JURUSAN	PROGRAM STUDI
1	Ushuludin, Adab dan Dakwah	Ushuludin	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
		Adab	Bahasa dan Sastra Arab
			Sejarah dan Kebudayaan Islam
		Dakwah	Bimbingan dan Konseling Islam
			Komunikasi dan Penyiaran Islam
2	Syariah	Syariah	Al-Akhwal Asy-Syakhsyiyah
			Hukum Ekonomi Syariah
			Zakat dan Wakaf
3	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	Tarbiyah	Manajemen Pendidikan Islam
			Pendidikan Agama Islam
			Pendidikan Guru MI
			Pendidikan Guru Raudathul Athfal
		Pendidikan Bahasa	Pendidikan Bahasa Inggris
			Pendidikan Bahasa Arab
		Pendidikan IPA	Pendidikan IPA
			Pendidikan Biologi
4	Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Islam	Ekonomi Syariah
			Perbankan Syariah
			Akuntansi Syariah
			Manajemen Zakat dan Wakaf

Sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Tabel 4.2 JurusanProgram Magister (S2)

NO	PROGRAM MAGISTER
1	Manajemen Pendidikan Islam
2	Ekonomi Syariah
3	Hukum Keluarga
4	Pendidikan Agama Islam

Sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

2. Visi dan Misi IAIN Palangka Raya

a. Visi

“Tahun 2023 Menjadi Universitas Islam Negeri Terdepan, Unggul, Terpercaya dan Berkarakter” Tahun 2023 adalah tahun target terukur pencapaian Visi IAIN Palangka Raya bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri Palangka Raya. Tahun 2023 sebagai target batas perubahan status, perbaikan dan peningkatan mutu proses dan output yang realistis melalui perbaikan disemua lini kelembagaan. Makna terdepan, unggul, terpercaya dan berkarakter dipahami sebagai berikut:

Terdepan, mengandung harapan agar IAIN Palangka Raya selalu terdepan dalam transformasi keilmuan melalui pendekatan teknologi informasi pada struktur kelembagaan, sumber daya manusia dengan tetap menggali nilai-nilai kearifan lokal dalam menjawab tantangan zaman serta perkembangan teknologi yang semakin cepat.

Unggul, mencerminkan sistem pengelolaan dan tata pamong yang bermutu dan diakui oleh lembaga eksternal bereputasi (BANPT, ISO 9001:2015, AUNQA). Selain itu dapat dimaknai unggul secara spiritual, intelektual dan sosial dan diperhitungkan oleh masyarakat serta komunitas akademik.

Terpercaya, mengandung makna bahwa IAIN Palangka Raya dapat bersinergi dan menjalin kerjasama dengan lembaga di dalam dan luar negeri dengan baik.

Berkarakter, memiliki arti bahwa IAIN Palangka Raya berkomitmen untuk terus menggali, mengaplikasikan dan menjunjung tinggi nilai-nilai akhlakul karimah seluruh civitas akademika dan masyarakat berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁵⁸

b. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan berkelanjutan, dan pelayanan administrasi yang bermutu berdasarkan standar akreditasi nasional dan internasional;
2. Meningkatkan mutu penelitian dan pengabdian bagi kepentingan akademisi dan sosial kemasyarakatan;
3. Memberdayakan dosen, karyawan dan mahasiswa untuk pengembangan profesi secara berkelanjutan baik lokal, nasional dan internasional;

⁵⁸Profil IAIN Palangka Raya, <http://www.iaain-palangkaraya.ac.id/new/visi/> (Di akses pada Tanggal 27 Oktober 2018 Pukul 07.43 WIB).

4. Membangun komunikasi dan kerjasama lintas sektoral, lokal, regional, nasional, dan internasional.
3. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya
 - a. Sejarah Singkat Fakultas

Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya berawal dengan dibukanya program studi Ekonomi Syariah pada tahun 2006. Saat itu, program studi Ekonomi Syariah masih berada di bawah naungan Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya.

Sejalan dengan meningkatnya peminat dari tahun ke tahun dan perkembangan sumber daya manusia di bidang Ekonomi Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah sebagai satu-satunya Program Studi Ekonomi Syariah di Kalimantan Tengah di bawah naungan Jurusan Syariah terus bertransformasi, terutama pada aspek kelembagaan. Akhirnya, pada tahun 2014 ekspektasi terhadap transformasi status kelembagaan STAIN Palangka Raya memperoleh angin segar dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada hari Jum'at tanggal 17 Oktober 2015.

Ketika kampus ini beralih nama, maka seluruh organisasi dan tata kerja di bawah naungan Sekolah Tinggi Agama Islam

Negeri Palangka Raya mengalami transformasi secara total. Salah satu konsekuensi dari transformasi kelembagaan tersebut, penyesuaian terjadi, salah satunya adalah upaya dan perjuangan untuk menambah program studi-program studi baru, reformulasi jabatan struktural dan lain-lain guna mendukung dan menyambut lembaga baru, yaitu Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Alhasil, 4 bulan setelah terjadi perubahan nama dari STAIN Palangka Raya menjadi IAIN Palangka Raya, program studi Ekonomi Syariah yang bermula di bawah naungan Jurusan Syariah, kini bernaung di bawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah salah satu Fakultas yang berada di bawah payung Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya yang pendiriannya berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada tanggal 12 Februari 2015.

Selain program studi Ekonomi Syariah dengan akreditasi B, pada tahun 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, telah memiliki 1 program studi baru, yaitu program studi Perbankan Syariah. Kemudian, pada tahun 2016 telah terjadi restrukturisasi program studi Zakat Wakaf menjadi program studi Manajemen Zakat Wakaf dan berpindah naungan di bawah payung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Disusul dengan pembukaan

program studi baru, yaitu Akuntansi Syariah pada tahun 2017, sehingga secara total Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah memiliki 4 program studi.⁵⁹

b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya

1) Visi

Menjadi Penggagas dan Pusat Pengkajian Ekonomi dan Bisnis Islam Yang Unggul dan Menang Bersaing di Kancan Masyarakat Ekonomi ASEAN.

2) Misi

- a) Menyiapkan sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam melalui kegiatan pendidikan Ekonomi dan Bisnis Islam yang mengakomodasi nilai-nilai kearifan lokal yang Islami, kegiatan pelatihan, kegiatan penelitian multiparadigma dan kegiatan abdi masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Syariah dan ekonomi kerakyatan berbasis pada standar akreditasi nasional maupun internasional.
- b) Membangun sinergi antara lembaga Ekonomi Islam, lembaga keuangan syariah, lembaga pendidikan dan pemerintah dalam membumikan ekonomi dan bisnis islam di tingkat regional dan nasional.

⁵⁹Buku Pedoman Akademik dan Kemahasiswaan FEBI IAIN Palangka Raya.

- c) Membangun jaringan dengan lembaga-lembaga Internasional, baik lembaga pendidikan, keuangan, riset, maupun organisasi investor Internasional.
- d) Memajukan ekonomi dan Binis Islam melalui pengkajian dan aksi penelitian terhadap berbagai potensi kreatif untuk pengembangan dan pelaksanaan ekonomi Islam, baik regional, nasional maupun Internasional.
- e) Memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat dan pemerintah baik pemikiran konstruktif maupun aksi rill dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang berkeadilan.⁶⁰

⁶⁰FEBI IAIN Palangkaraya, <http://febi.iain-palangkaraya.ac.id/v3/>, (Diakses pada Tanggal 2 Oktober 2018 Pukul 12.20 WIB).

- c. Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Tabel 4.3 Data Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah

Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2006	15	11	26
2007	18	9	27
2008	7	17	24
2009	7	5	12
2010	13	13	26
2011	21	11	32
2012	17	38	55
2013	38	41	79
2014	44	61	105
2015	30	53	83
2016	44	66	110
2017	59	98	157
2018	101	120	221

Sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Tabel 4.4 Data Mahasiswa Prodi Akuntansi Syariah

Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2017	12	28	40
2018	31	92	123

Sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Tabel 4.5 Data Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah

Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2015	14	31	45
2016	32	43	75
2017	20	72	92
2018	36	95	131

Sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Tabel 4.6 Data Mahasiswa Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf

Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2016	3	12	15
2017	13	12	25
2018	9	15	24

Sumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

B. Penyajian Data

Pada penyajian data hasil penelitian ini, peneliti memaparkan hasil penelitian melalui wawancara kepada 8 orang mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah secara utuh berdasarkan pedoman wawancara yang mengacu pada rumusan masalah 1 dan 2. Adapun kedelapan mahasiswi tersebut terdiri dari mahasiswi semester III (tiga) sebanyak 3 orang dan mahasiswi semester V (lima) sebanyak 5 orang, terkait dengan praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* di kalangan Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sebagaimana laporan beberapa responden sebagai berikut:

1. Subjek 1

Nama : SL⁶¹

Umur : 20 tahun

Semester : 3 (tiga)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari SL, bertanya tentang sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari SL menjawab:

“Sejak SMA tahun 2016 namun masih jarang, sejak kuliah baru sering belanja busana Muslim melalui *online shop*, alasannya karena belanja di *online* lebih praktis, mudah dan barang yang dipesan datanginya cepat”.

Pertanyaan selanjutnya, peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari SL menjawab: “Dari teman”. Lalu peneliti menanyakan kembali, apa perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari SL menjawab:

“Bedanya berbelanja *online* prosesnya lebih mudah dan barangnya datang dengan cepat, kalau belanja di *online* biasanya langsung diantar oleh kurir kerumah sesuai dengan alamat yang diberikan, jadi tidak repot lagi ke toko untuk membeli busana Muslim, karena terkadang malas untuk pergi ketoko-toko untuk membeli busana Muslim”.

Pertanyaan selanjutnya, apakah tidak khawatir ada penipuan dalam belanja *online*? saudari SL tersebut menjawab:

“Awalnya khawatir dengan adanya penipuan, namun melihat yang sudah pernah melakukan pembelian melalui *online* aman-aman saja. Misalnya belanja di aplikasi shopee, sebelum membeli busana Muslim kita sebagai pembeli bisa melihat terlebih dahulu penilaian dari orang-orang yang pernah

⁶¹Wawancara dengan saudari SL, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 17 Oktober 2018.

melakukan pembelian di akun *online shop* yang ada di aplikasi shopee tersebut, jika penilaian bintangnya banyak berarti akun *online shop* tersebut aman”.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari SL menjawab: “Melihat terlebih dahulu di instagram atau di aplikasi shopee, baru memilih barangnya seperti busana Muslim yang akan dibeli.”

Selanjutnya peneliti menanyakan lagi mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari SL menjawab: “Transfer atau membayar lewat Indomaret”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari SL menjawab: “Pernah, saya sudah membayar untuk pesanan ternyata baru dikabari oleh penjualnya kalau barangnya sudah habis”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari SL menjawab: “Kalau membeli lewat aplikasi shopee uangnya bisa dikembalikan oleh pihak akun *online shop* di shopee tersebut”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu, apakah masih belanja di *online*? saudari SL tersebut menjawab: “Masih, alasannya karena suka belanja di *online*”.

2. Subjek 2

Nama : KN⁶²
 Umur : 19 tahun
 Semester : 3 (tiga)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari KN terkait sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari KN menjawab:

“Sekitar tahun 2016, alasannya karena lebih praktis, gampang dan modelnya yang baru-baru. Karena kadang di *online* untuk model busana Muslim lebih duluan muncul model terbaru dibandingkan yang ada di toko”.

Kemudian peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari KN menjawab: “Dari teman”. Lalu peneliti menanyakan kembali terkait perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari KN menjawab:

“Bedanya berbelanja di *online* modelnya baru, kalau di toko modelnya tidak terlalu banyak. Kemudian kalau ditoko harus jauh keluar dari rumah dan harganya yang lumayan lebih mahal dibandingkan di *online shop*”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang apakah tidak khawatir ada penipuan? saudari KN tersebut menjawab: “Sering khawatir, tapi namanya juga coba-coba. Kalau di akun *online shop* disitu pernah tertipu, saya tidak akan belanja di akun itu lagi dan mencari akun *online shop* yang lain”.

⁶²Wawancara dengan saudari KN, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 18 Oktober 2018.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari KN menjawab: “Melihat rating⁶³ atau penilaian di akun *online shop* tersebut apakah tinggi dan komentar dari orang-orang bagus baru membeli di *online shop* itu”.

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari KN menjawab: “Transfer lewat ATM atau Indomaret”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari KN menjawab:

“Pernah, waktu membeli busana Muslim di keterangan gambar bahannya bagus tapi pada saat datang barangnya ternyata bahannya tipis. Lalu saya memberikan penilaian tidak bagus di akun *online shop* tersebut dan pihak penjualnya langsung menghubungi untuk meminta maaf”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari KN menjawab: “Karena pihak penjualnya hanya meminta maaf dan tidak ada konfirmasi seperti penukaran barang atau pengembalian uang jadi saya biarkan saja”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu, apakah masih belanja di *online*? saudari KN tersebut menjawab: “Masih, karena suka berbelanja di *online* tetapi memilih akun *online shop* yang berbeda dari sebelumnya”.

⁶³Rating adalah suatu penilaian atau evaluasi yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu terhadap suatu hal.

3. Subjek 3

Nama : A⁶⁴
Umur : 18 tahun
Semester : 3 (tiga)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari A terkait sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari A menjawab: “Awal masuk kuliah tahun 2017 kemarin, alasannya karena kadang seperti model busana Muslim yang diinginkan tidak ada di toko jadi lebih sering membeli melalui *online shop*”.

Kemudian peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari A menjawab “Lewat teman”. Lalu peneliti menanyakan kembali terkait perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari A menjawab: “Bedanya berbelanja di *online* harganya lebih murah dibandingkan yang ada di toko dan modelnya pun lebih bagus di *online* daripada di toko-toko”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang apakah tidak khawatir ada penipuan? saudari A tersebut menjawab: “Kita sebagai pembeli harus pintar-pintar memilih akun *online shop* yang tidak ada unsur penipuannya”.

⁶⁴Wawancara dengan saudari A, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 18 Oktober 2018.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari A menjawab: “Memilih sesuai yang di cari, harganya yang sesuai dan dilihat lagi akun *online shop* tersebut tidak ada unsur penipuannya”.

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari A menjawab: “Melalui transfer”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari A menjawab: “Pernah, tetapi pada saat saya komplain nomor saya di blokir oleh penjualnya”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari A menjawab: “Dibiarkan saja tetapi tidak belanja di akun *online shop* itu lagi”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu, apakah masih belanja di *online*? saudari A tersebut menjawab: “Masih tapi membeli di akun *online shop* yang lain”.

4. Subjek 4

Nama : RY⁶⁵
 Umur : 20 tahun
 Semester : 5 (lima)

⁶⁵Wawancara dengan saudari RY, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 18 Oktober 2018.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari RY terkait sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari RY menjawab: “Sejak SMA tahun 2015, alasannya lebih praktis dan gampang karena tidak kemana-mana cukup melihat dan memilih melalui *handphone*”.

Kemudian peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari RY menjawab: “Dari *browsing* di internet”. Lalu peneliti menanyakan kembali terkait perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari RY menjawab:

“Bedanya berbelanja di *online* cukup diam dirumah lalu memilih di *handphone*, sedangkan di toko atau di pasar harus putar-putar. Namun di toko kita mengetahui langsung bagaimana kualitas bahan busana yang kita pilih seperti apa, sedangkan di *online* hanya mengetahui nama bahannya saja tetapi tidak mengetahui kualitas bahannya secara langsung”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang apakah tidak khawatir ada penipuan? saudari RY tersebut menjawab:

“Sebagian ada *online shop* yang barangnya datang terlebih dahulu baru di bayar, jadi kadang memilih seperti itu untuk menghindari adanya penipuan seperti barang yang tidak sampai kerumah atau tidak sesuai apa yang dikirim”.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari RY menjawab: “Mencari yang cocok dan disukai di internet”

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari RY menjawab: “Transfer uang lewat ATM atau COD (bayar pada saat barang sudah datang)”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari RY menjawab: “Pernah karena salah ukuran, lalu menghubungi pada penjual *online shop* tersebut untuk komplain tapi tidak ada pertanggung jawaban dari pihak penjualnya”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari RY menjawab: “Karena tidak ada pertanggung jawaban dari pihak penjual jadi dibiarkan saja ”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu, apakah masih belanja di *online*? saudari RY tersebut menjawab: “Masih, tapi mencari akun *online shop* yang lain dan melihat lagi testimoni dari pembeli yang lain, jika banyak testinya yang bagus baru memilih akun *online shop* yang baru itu”.

5. Subjek 5

Nama : WR⁶⁶

Umur : 19 tahun

Semester : 5 (lima)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari WR terkait sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari WR menjawab: “Sejak SMA, alasannya karena pilihan lebih banyak, gampang memilihnya, dan jika di toko pilihan model dan warna lebih sedikit maka dari itu lebih sering berbelanja di *online shop*”.

Kemudian peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari WR menjawab: “Dari teman”. Lalu peneliti menanyakan kembali terkait perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari WR menjawab: “Bedanya berbelanja di *online* lebih mudah karena pada saat membeli busana Muslim pemesanannya cukup via *chatting*. Jika belanja di toko suka malas untuk keluar rumah”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang apakah tidak khawatir ada penipuan? saudari WR tersebut menjawab: “Sebenarnya khawatir, tetapi pilih-pilih dulu yang mana kata

⁶⁶Wawancara dengan saudari WR, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 18 Oktober 2018.

teman-teman yang lain di *online shop* tersebut bagus baru berbelanja di *online shop* tersebut”.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari WR menjawab: “Melihat lalu memilih yang dikehendak di akun-akun *online shop*”.

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari WR menjawab: “Transfer lewat ATM”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari WR menjawab: “Pernah, pada saat membeli busana Muslim warna yang dikirim tidak sesuai dengan yang ada di gambar, lalu pada saat komplain pihak penjual hanya memintaa maaf”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari WR menjawab: “Dibiarkan saja tetapi tidak belanja di akun *online shop* itu lagi”. Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu, apakah masih belanja di *online*? saudari WR tersebut menjawab: “Masih, tapi beda akun *online shop* yang lain”.

6. Subjek 6

Nama : WD⁶⁷

Umur : 19 tahun

Semester : 5 (lima)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari WD terkait sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari WD menjawab:

“Sejak SMA tetapi waktu itu masih minta tolong dipesankan oleh teman, kalau belanja *online* sendiri baru sejak kuliah, alasannya karena lebih praktis, menghemat waktu dan untuk melihat barangnya cukup melihat digambar terlebih dahulu lalu tinggal pilih busana mana yang akan di beli, jadi melalui *online shop* itu lebih mudah”.

Kemudian peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari WD menjawab: “Dari teman”. Lalu peneliti menanyakan kembali terkait perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari WD menjawab: “Bedanya berbelanja di *online* lebih menghemat waktu dan lebih praktis, jadi lebih suka di *online*”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang apakah tidak khawatir ada penipuan? saudari WD tersebut menjawab:

⁶⁷Wawancara dengan saudari WD, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 18 Oktober 2018.

“Khawatir, tetapi melihat *review-review*⁶⁸ nya terlebih dahulu sebelum membeli baju Muslim yang ada di *online shop* tersebut”.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari WD menjawab:

“Biasanya menanyakan terlebih dahulu kepada teman-teman yang pernah membeli barang di akun *online shop* tersebut, dan jika kata teman-teman mengatakan di akun itu bagus baru mencoba membeli disitu”

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari WD menjawab: “Via transfer”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari WD menjawab:

“Pernah, karena bajunya yang dikirim tidak sesuai dengan di gambar dan bahannya tidak sama dengan yang ada di keterangan gambar. Pada saat komplain lewat chat tiba-tiba nomor *WhatsApp* saya di blokir oleh pihak penjual”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari WD menjawab: “Dibiarkan saja karena nomor saya yang di blokir, tetapi tidak belanja di akun *online shop* itu lagi”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu, apakah masih belanja di *online*? saudari WD tersebut menjawab:

“Masih, tapi lebih berhati-hati lagi dan tidak membeli di akun

⁶⁸*Review* adalah ulasan sesuatu baik mengupas kekurangan dan keunggulan pada produk.

online shop tersebut, lalu mencari akun *online shop* yang lain sambil melihat reviewnya kembali”.

7. Subjek 7

Nama : MJ⁶⁹

Umur : 20 tahun

Semester : 5 (lima)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari MJ terkait sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari MJ menjawab:

“Sejak SMP tapi masih ikut nitip sama kakak, namun sejak SMA melakukan sendiri membeli baju Muslim di *online shop*, alasannya karena pilihannya lebih banyak, harga yang lebih murah dan lebih praktis”.

Kemudian peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari MJ menjawab: “Dari keluarga yang sukanya *online*, karena zaman sekarang *online shop* membumung dan memang sudah dikatakan jadi kebutuhan di zaman sekarang”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari MJ menjawab:

“Bedanya berbelanja di *online* karena hemat waktu dan hemat biaya, biasanya jika ingin membeli barang melalui *online* misalnya busana Muslim kita hanya memilih busana tersebut lewat *handphone* atau laptop pada saat dirumah, kalau membeli di toko kita harus keluar dahulu. Dan di

⁶⁹Wawancara dengan saudari MJ, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 18 Oktober 2018.

online biasanya lebih murah di bandingkan yang ada di toko-toko”.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang apakah tidak khawatir ada penipuan? saudari MJ tersebut menjawab:

“Rasa khawatir pasti, jadi misalnya hendak membeli busana Muslim di *online shop* harus diteliti terlebih dahulu mengenai bahannya dan biasanya seperti di aplikasi shopee ada review dan komentarnya jadi dilihat dari penilaiannya juga di *online shop*”.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari MJ menjawab: “Memilih di akun *online shop* yang banyak testimoni⁷⁰ dari pembeli yang lain”.

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari MJ menjawab: “Bayar transfer”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari MJ menjawab:

“Pernah, masalah baju padahal detail yang ada diketerangan gambarnya bagus tapi yang datang bahan bajunya tidak sesuai dan kadang ukurannya juga ada yang tidak sesuai. Jika melakukan komplain pihak penjual *online shop* tersebut hanya meminta maaf”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari MJ menjawab: “Dibiarkan saja tetapi tidak belanja di akun *online shop* itu lagi”.

⁷⁰Testimoni/Testi adalah istilah untuk pesan dan kesan dari pelanggannya. Testimoni biasanya dijadikan bukti untuk meyakinkan *customer* lainnya berdasarkan pengakuan *customer* sebelumnya.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu, apakah masih belanja di *online*? saudari MJ tersebut menjawab: “Masih membeli melalui *online*”.

8. Subjek 8

Nama : SH⁷¹

Umur : 20 tahun

Semester : 5 (lima)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan saudari SH terkait sejak kapan belanja menggunakan *online shop*? dan kenapa memilih belanja secara *online shop*? saudari SH menjawab: “Baru tahun 2017, alasannya karena lebih banyak pilihan dan alternatif jika di toko tidak ada model yang diinginkan jadi memilih ke *online*”.

Kemudian peneliti menanyakan kembali, dari mana mengetahui cara belanja tersebut? saudari SH menjawab: “Melihat di situsnya langsung, karena biasanya di *online* sudah ada panduannya jadi tidak perlu menanyakan lagi ke orang lain”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait perbedaan belanja *online* dengan belanja di toko? saudari SH menjawab: “Kalau di *online* bayar terlebih dahulu baru barang yang dipesan di kirim, sedangkan di toko kita langsung mendapatkan barangnya”.

⁷¹Wawancara dengan saudari SH, di kampus IAIN Palangka Raya, pada Tanggal 18 Oktober 2018.

Kemudian peneliti juga bertanya tentang apakah tidak khawatir ada penipuan? saudari SH tersebut menjawab: “Khawatir, karena jarang ada jaminan misalnya ada penipuan jarang ada jaminannya dari situs atau yang punya akun *online shop*”.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara memilih barang belanja di *online*? saudari SH menjawab: “Mencari dan memilih akun *online shop* melalui penilaian atau komentar dari pembeli yang lain, jika bagus-bagus penilaiannya maka saya memilih di akun *online shop* itu”.

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara membayar harga barang belanja di *online* tersebut? saudari SH menjawab: “Melalui transfer”. Kemudian peneliti menanyakan kembali, apakah pernah terjadi komplain dalam praktik belanja *online* tersebut dan contohnya? saudari SH menjawab: “Pernah, tetapi pada saat saya komplain tidak ada konfirmasi balasan dari pihak penjual”.

Lalu peneliti menanyakan kembali terkait bagaimana menyelesaikan komplain tersebut? saudari SH menjawab: “Dibiarkan saja tetapi tidak belanja di akun *online shop* itu lagi, dan memberikan penilaian yang tidak bagus supaya pembeli yang lain mengetahui tentang akun *online shop* tersebut”. Kemudian peneliti juga bertanya tentang jika pernah tertipu? apakah masih

belanja di *online*, saudari SH tersebut menjawab: “Masih tapi membeli ditempat yang lain”.

INFORMAN

1. Informan 1

Nama : DA

Umur : 19 tahun

Semester : 3 (tiga)

Peneliti melakukan wawancara kepada DA selaku teman sekelas dari SL (subjek 1), bertanya tentang apakah mengetahui jika teman anda berbelanja busana Muslim melalui *online shop*? Saudari DA menjawab: “Iya saya sudah mengetahui sejak kuliah bahwa teman saya tersebut pernah membeli busana Muslim di *online shop*.”

Kemudian peneliti menanyakan kembali terkait seberapa sering teman anda melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop*? saudari DA menjawab: “Kira-kira dalam sebulan pasti membeli busana Muslim satu atau dua kali, karena dia mengakui suka belanja di *online shop*.”

Kemudian peneliti juga bertanya tentang bagaimana pandangan anda terhadap teman yang sering berbelanja di *online shop*? Saudari DA menjawab: “Selama itu tidak membuat orang menjadi boros jadi tidak masalah, karena membeli busana Muslim di *online shop* harganya lebih murah dan produk seperti busana Muslim salah satu kebutuhan.”

2. Informan 2

Nama : EY

Umur : 20 tahun

Semester : 5 (lima)

Peneliti melakukan wawancara kepada EY selaku teman sekelas dari RY, WD, dan MJ (subjek 4, 6 dan 7), bertanya tentang apakah mengetahui jika teman anda berbelanja busana Muslim melalui *online shop*? Saudari EY menjawab: “Iya karena saya pernah di ajak untuk membeli baju yang sama di *online shop*.”

Kemudian peneliti menanyakan kembali terkait seberapa sering teman anda melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop*? saudari EY menjawab: “Dalam satu bulan mereka pernah ada membeli baju di *online shop*, mungkin bisa sampai 3 baju sekaligus yang dibelinya.”

Kemudian peneliti juga bertanya tentang bagaimana pandangan anda terhadap teman yang sering berbelanja di *online shop*? Saudari EY menjawab:

“Menurut pandangan saya tidak masalah jika sering belanja di *online shop* karena belanja secara *online* akan menghemat waktu untuk para mahasiswa, mengingat waktu kuliah senin sampai jum’at, dan pada hari sabtu dan minggu waktunya untuk mengerjakan tugas kuliah. Jadi dengan belanja secara *online shop* akan menghemat waktu karena pada saat memilih barangnya bisa kapan saja dan dimana saja, tidak harus kepasar.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan tersebut (DA dan EY) selaku teman sekelas dari para subjek bahwa mereka sudah mengetahui jika para subjek tersebut pernah dan cukup sering untuk melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop*. Karena berbelanja di *online shop* harga yang lebih terjangkau dan lebih menghemat waktu, mengingat karena mereka adalah mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

C. Analisis Hasil Penelitian

Dalam menganalisis hasil penelitian tentang praktik pembelian busana Muslim melalui *online shop* Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, peneliti akan membahas dan mengkaji sesuai dengan dua rumusan masalah, pertama latar belakang Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belanja *online* busana Muslim, dan yang *kedua* praktik belanja *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berikut ini hasil analisis dimaksud :

1. Latar Belakang Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Belanja *Online* Busana Muslim

Para responden memberikan jawaban bahwa mereka melakukan belanja melalui *online shop* awalnya sejak SMA tahun 2016 dilanjutkan dengan saat menjadi mahasiswa alasannya praktis, mudah dan cepat, serta diantar langsung oleh kurir ke alamat. Terkait dengan isu adanya

penipuan subjek 1 menyatakan bahwa selama dia belanja *online shop* tidak pernah terjadi penipuan, karena sebelum melakukan transaksi secara langsung subjek 1 telah membaca informasi melalui media sosial bahwa konsumen *online shop* banyak memberikan penilaian dengan mengklik tanda bintang yang tersedia di aplikasi shopee berjumlah 5 bintang. Jika penilaian konsumen dengan mengklik bintang berjumlah 5 bintang ini menunjukkan bahwa pembelian *online shop* tersebut baik harga maupun kualitas barang tidak ada unsur penipuan.

Adapun subjek 2 sama halnya dengan subjek 1 bahwa dia memulai pembelian busana muslim melalui *online shop* sekitar tahun 2016 dengan alasan praktis, gampang, modelnya yang terbaru dan harganya lebih murah dibandingkan di toko-toko, hal ini karena para penjual busana Muslim yang ada di toko harus membayar sewa dan pajak toko sedangkan penjual yang ada di *online shop* tidak. Terkait adanya penipuan di *online shop* subjek 2 awalnya khawatir namun karena terus mencoba-coba jika pernah melakukan pembelian busana Muslim di akun *online shop* sebelumnya ditipu, dia akan membeli di akun *online shop* yang berbeda dari sebelumnya.

Subjek 3 mulai pembelian *online shop* sejak awal masuk kuliah tahun 2017 dengan alasan karena model busana Muslim yang diinginkan tidak ada di toko, bedanya jika di *online* karena model baju lebih bagus serta murah. Terkait adanya penipuan subjek 3 mengatakan

bahwa pembeli harus lebih cerdas untuk memilih-milih akun *online shop* yang tidak ada unsur penipuan.

Subjek 4 menggambarkan bahwa melakukan pembelian di *online shop* sejak dibangku SMA (Sekolah Menengah Atas) dengan alasan lebih praktis dan tidak harus mencari ketoko-toko karena hanya memilih melalui *handphone*. Tetapi bedanya belanja ditoko ia mengetahui secara langsung kualitas bahan busana yang akan dibeli sedangkan jika membeli melalui *online* hanya mengetahui bahannya dari keterangan yang ada difoto. Terkait perbedaan tersebut subjek 4 terkadang lebih memilih barang yang telah dikirim sampai kerumah baru membayar barang tersebut karena untuk menghindari barang tidak datang atau barang yang tidak sesuai dengan keinginan.

Sama halnya dengan subjek 4 bahwa subjek 5 memulai belanja melalui *online* sejak SMA dengan alasan gampang karena pilihan yang lebih banyak. Bedanya di *online* jika ingin memesan cukup hanya melalui *chatting* sedangkan jika membeli busana Muslim di toko subjek 5 kurang menyukai karena harus keluar rumah untuk mencari-cari busana muslim yang ada ditoko. Terkait perbedaan tersebut subjek 5 khawatir jika membeli melalui *online*, tetapi ia lebih mencari info dari teman-temannya sebelum melakukan pembelian busana Muslim melalui *online* tentang akun *online shop* yang bagus.

Subjek 6 melakukan pembelian busana Muslim sejak SMA sampai menjadi mahasiswi dengan alasan praktis dan hemat waktu

karena berbelanja melalui *online shop* ini bisa dilakukan dimana saja maka dari itu subjek 6 ini lebih menyukai berbelanja di *online shop*. Terkait persoalan adanya penipuan subjek 6 khawatir namun sebelum melakukan pembelian melalui *online shop* ia melihat reviewnya yaitu ulasan sesuatu baik mengupas kekurangan dan keunggulan pada produk seperti busana Muslim.

Lain halnya pada subjek 7 bahwa ia melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop* sejak SMP (Sekolah Menengah Pertama). Cara tersebut ia ketahui dari keluarganya yang gemar berbelanja di *online* alasannya karena di *online* lebih hemat waktu dan biaya, sedangkan jika berbelanja di toko harus keluar rumah dan harganya lebih mahal. Terkait dengan adanya penipuan subjek 7 mengatakan bahwa ia khawatir namun jika ingin berbelanja di *online shop* harus lebih teliti mengenai bahan busananya dengan cara melihat ulasan dan komentar dari pembeli yang sebelumnya membeli busana Muslim di akun *online shop* tersebut.

Sedangkan subjek 8 melakukan pembelian secara *online* sejak tahun 2017 dengan alasan jika di toko-toko tidak ada model busana yang diinginkan maka berpindah berbelanja secara *online*. Subjek 8 mengatakan perbedaan belanja di *online* harus membayar terlebih dahulu baru barang yang dipilih pembeli akan dikirim, sedangkan jika membeli ketoko-toko akan mendapatkan barangnya langsung. Mengenai adanya penipuan ia khawatir jika membeli di *online shop*

karena jarang adanya jaminan atau pertanggung jawaban jika ada unsur penipuannya.

Tabel 4.7 Latar Belakang Belanja *Online Shop*

No	Inisial	Angkatan/Semester	Kode Jawaban				
			1	2	3	4	5
1	SL	2017/3	SMA	PMC	DT	MCDK	K
2	KN	2017/3	2016	PMB	DT	LMT	K
3	A	2017/3	SK	SMOS	DT	MMB	CMA
4	RY	2016/5	SMA	PMH	B	MH	BBD
5	WR	2016/5	SMA	GPB	DT	MMVC	IT
6	WD	2016/5	SMA	PHW	DT	PHW	MR
7	MJ	2016/5	SMP	MP	DK	HWB	MR
8	SH	2016/5	2017	LBP	DAOS	BBD	K

Keterangan:

PMC : Praktis Mudah Cepat

DT : Dari Teman

MCDK : Mudah Cepat Diantar Kurir

K : Khawatir

PMB : Praktis dan Model lebih Bagus

LMT : Lebih Mahal di Toko

SK : Sejak Kuliah

SMOS : Sering Membeli di *Online Shop*

MMB : Murah dan Model Bagus

CMA : Cermat Memilih Akun

PMH : Praktis dan Memilih di *Handphone*

B : *Browsing*

MH : Memilih di *Handphone*

BBD : Bayar setelah Barang Datang

GPB : Gampang dan Pilihan Banyak

MMVC : Mudah Memesan Via *Chatting*

IT : Info Teman

PHW : Praktis dan Hemat Waktu

MR : Melihat Review (ulasan sesuatu baik mengupas kekurangan dan keunggulan pada produk)

MP : Murah dan Praktis

DK : Dari Keluarga

HWB : Hemat Waktu dan Biaya

LBP : Lebih Banyak Pilihan

DAOS : Dari Akun *Online Shop*

Berdasarkan hasil penelitian, maka dalam menganalisis latar belakang mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belanja *online* busana Muslim, sama halnya dengan transaksi antara penjual dan pembeli, hanya saja tidak dilakukan pertemuan secara langsung dalam menentukan harga, dalam praktiknya kondisi

tersebut tidak jauh berbeda dengan perilaku pasar pada umumnya hanya saja yang membedakan bahwa jika transaksi di pasar para penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan jual beli, sedangkan jual beli *online* jual beli produknya dilakukan melalui internet.

Untuk mempermudah pemahaman tentang jual beli melalui media *online* terlebih dahulu memaparkan beberapa konsep sebagai asas dari pengertian jual beli yaitu secara etimologi jual beli dapat diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu, namun secara istilah para ulama berbeda dalam mendefinisikan jual beli sebagaimana uraian berikut ini:

Menurut Ulama Hanafiah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan), sedangkan Imam Nawawi dalam Al-Majmu, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan, adapun Ibnu Qudamah dalam kitab Al-Mugni, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik.⁷²

Terkait dengan jual beli *online*, menurut Imam Mustofa menyatakan bahwa transaksi jual beli *online* atau *e-commerce* merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lain melalui media komunikasi, seperti kabel telepon, serat optik, satelit, atau gelombang frekuensi. Dalam satu jaringan komputer tersebut

⁷²Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah.*, hal. 142.

terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik.⁷³

Dengan demikian jika dikaitkan dengan mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop*, artinya mereka telah menggunakan salah satu produk dari internet dalam implementasi bisnis modern melalui belanja *online*. Oleh sebab itu berbicara mengenai bisnis *online* tidak terlepas dari transaksi, seperti jual beli via internet. Transaksi inilah yang kemudian dikenal dengan *electronic commerce* yang lebih populer dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan internet, yang dalam dunia industri teknologi informasi melihatnya sebagai sebuah aplikasi bisnis secara elektronik yang mengacu pada transaksi-transaksi komersial. Sebagaimana terdapat Ahmad Dakhoir bahwa pemaknaan pasar dalam kenyataannya di masa modern sekarang ini bisa menjadi luas yakni pertemuan bisa terjadi dengan tidak saling bertemu diantara penjual dan pembeli.⁷⁴

Masih terkait dengan definisi pasar, dalam ilmu ekonomi tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari, tetapi suatu pasar dapat dikondisikan dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli, dan barang yang

⁷³Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer.*, h. 30.

⁷⁴Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar.*, h.

ditransaksikan berupa barang apapun, mulai dari sembilan bahan pokok (sembako), pakaian atau busana sampai ke jasa angkutan dan lain-lain, apabila terjadi suatu transaksi, maka ini berarti telah terjadi suatu persetujuan (antara pembeli dan penjual) mengenai harga transaksi dan volume transaksi bagi barang tersebut, dua aspek transaksi inilah (yaitu, harga dan volume) yang menjadi pusat perhatian baik di pasar-pasar, pertokoan dan bisnis *online*.

Mencermati dari tiga sarana pasar yang disebutkan diatas, maka yang mulai digemari oleh masyarakat pengguna android⁷⁵ adalah produk yang dijual melalui media internet atau toko *online* yang saat ini cukup pesat berkembang di masyarakat termasuk juga mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli busana Muslim. Kelebihan toko *online* dibandingkan toko *offline* adalah pertama modal untuk membuka toko *online* relatif kecil, kedua tingginya biaya operasional sebuah toko *offline*, ketiga toko *online* buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja, keempat konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat, dan kelima konsumen dapat mengakses beberapa toko *online* dalam waktu bersamaan.

Perkembangan teknologi ini membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Internet memperkenalkan penggunaanya kepada dunia maya, beragam fasilitas ditawarkan mulai dari jejaring sosial,

⁷⁵Android adalah *handphone*/sistem operasi yang digunakan untuk perangkat mobile berbasis Linux.

berita, video, foto hingga berbelanja dapat ditemukan melalui akses internet. Pemilihan berkonsumsi lahiriah mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam seperti busana Muslim dapat ditemukan melalui akses internet dengan *online shop* didapatkan dengan mudah. Penggunaan *online shop* bagi mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan perubahan gaya hidup yang semula harus berdesak-desakan di pasar menjadi satu hal yang baru dan praktis.

Perubahan tersebut memberikan perubahan suatu nilai yaitu semula jika bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara langsung dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melalui *online shop* proses bertransaksinya seperti dalam transaksi *as-salam*, yaitu hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar. Hal ini sebagaimana hasil wawancara peneliti yang memperoleh informasi bahwa latar belakang mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah subjek-subjek tersebut memulai pembelian melalui *online shop* kebanyakan pada saat mereka SMA. Belanja *Online Shop* ini semakin menjadi sangat booming karena semua website *online* menggunakan sistem belanja *online* untuk lebih menarik minat para calon konsumen. Sehingga sangat memungkinkan bagi seorang mahasiswa tersebut untuk mencoba cara atau hal yang sama seperti dalam menggunakan jasa *online* ini, setelah awalnya hanya mengikuti teman untuk mencoba-coba

saja namun pada akhirnya muncullah rasa lagi dan ingin lagi, ingin terus melakukan pemesanan sehingga menjadi sesuatu yang berulang-ulang dilakukan dan menjadi sebuah kebiasaan.

Praktik transaksi jual beli busana Muslim yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang awalnya hanya dilakukan untuk mencoba-coba menggunakan media sosial tersebut, hal ini ada hubungan dengan fasilitas secara langsung antara satu pihak pembeli dengan penjual yang terkoneksi dalam dunia jaringan internet, maka sangat memungkinkan untuk melakukan satu transaksi langsung melalui jaringan internet pada *handphone android*. Transaksi langsung inilah yang kemudian disebut dengan transaksi *online*.

Menurut Arsyad Sanusi, transaksi *online* setidaknya ada tiga tipe, yaitu⁷⁶ kontrak melalui *chatting* atau *video conference*, kontrak melalui *e-mail* dan kontrak melalui situs atau web. Dari ketiga tipe tersebut maka transaksi yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam membeli busana Muslim masuk pada kategori kontrak melalui situs atau web, misalnya seperti akun *facebook* dan aplikasi Shopee melalui dunia maya.

Model transaksi jual beli di dunia maya saat ini berkembang sangat pesat. Transaksi di dunia maya umumnya menggunakan media sosial, seperti *Instagram*, *facebook*, *WhatsApp* dan media sosial lainnya.

⁷⁶Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer.*, h. 31.

Dalam transaksi di dunia maya, antara para pihak yang bertransaksi tidak bertemu langsung, akan tetapi dapat berkomunikasi langsung. Selain itu, komunikasi antara keduanya dapat melalui tulisan, seperti *inbox* via *facebook*, via *Short Message Service/SMS*, via *e-mail*, dan media tulis lainnya yang disediakan di dunia maya, fenomena jual beli *online* tersebut jika dicermati dalam praktiknya menggambarkan suatu aktivitas yang mudah, praktis, murah serta hemat waktu dan biaya.

Kondisi jual beli *online* yang praktis inilah yang menjadikan alasan para mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melakukan pembelian melalui *online shop* karena lebih praktis, mudah, menghemat waktu karena tidak perlu kemana-mana cukup melihat dan memilih melalui *handphone*, pilihan yang lebih banyak, dan harga yang murah. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa pembelian busana Muslim melalui *online shop* bagi mahasiswi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah menjadi hal yang wajar dan umum. Ketika mahasiswi tersebut sudah diberikan fasilitas yang memudahkan untuk mengakses segala yang diinginkan mahasiswi akan memanfaatkannya dengan maksimal. Sedangkan jika membeli di toko-toko harus keluar rumah untuk mencari, harga yang lumayan lebih mahal, dan modelnya yang kurang banyak. Bahwa yang membedakan *online shop* dengan *offline shop* yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis.

Mencermati alasan mahasiswi yang membeli busana Muslim melalui *online* tersebut dan cara mereka bertransaksi maka menurut peneliti bahwa pelaksanaan jual beli *online* itu dalam kajian Ekonomi Syariah masuk dalam kategori *khiyar* (memilih). Untuk memahami kategori *khiyar* tersebut, peneliti bahas sebagai berikut.

Khiyar dalam jual beli *online* yaitu dimiliki oleh dua pihak yang berakad (*'aqidain*) untuk memilih antara meneruskan akad, atau membatalkannya, baik dalam kajian *khiyar syarat*, *khiyar 'aib* dan *khiyar ta'yin*, dan sebagiannya lagi bersumber dari ketetapan syara' seperti *khiyar 'aib*. Terkait dengan berbagai jenis *khiyar* tersebut hubungannya dengan memilih dalam jual beli *online*, peneliti menggunakan pemikiran Wahbah az-Zuhaili dengan enam macam *khiyar* sebagai berikut:⁷⁷

1. *Khiyar Majlis*, merupakan hak untuk memilih antara meneruskan akad atau mengurungkannya sepanjang keduanya belum berpisah. Jika dihubungkan dengan praktik jual beli *online* yang dilakukan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menurut peneliti *majlis* tidak identik dengan pertemuan antara penjual dan pembeli dalam satu tempat baik di toko maupun di pasar tetapi dapat juga dimaknai dengan *majlis* dalam artian sarana penghubung (internet), kedua belah pihak penjual maupun pembeli yang bertransaksi menggunakan sarana *online shop*, selama mereka

⁷⁷Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah.*, h. 41.

masih ada komunikasi melalui jaringan internet dalam memilih untuk meneruskan pembelian barang maka menurut peneliti hal tersebut masuk dalam kategori *khiyar majlis* melalui dunia maya (internet). Selama mereka tidak memutuskan komunikasi (memblokir) sama halnya dengan bahwa keduanya masuk dalam kategori *khiyar majlis*, artinya suatu akad belum bersifat *lazim* (pasti) sebelum berakhirnya *majlis* akad yang ditandai dengan berpisahnya *'aqdain* atau dengan timbulnya pilihan lain.

2. *Khiyar ta'vin* menurut Wahbah az-Zuhaili merupakan hak yang dimiliki oleh pembeli untuk memastikan pilihan atas sejumlah benda sejenis atau setara sifat atau harganya. Jika dihubungkan dengan kecenderungan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memilih pembelian barang melalui *online shop* maka kategori *khiyar ta'vin* ini dapat dilakukan pembelian barang dalam kegiatan jual beli mahasiswi tersebut, alasan peneliti adalah karena mereka memilih benda yang akan dibelinya melalui postingan gambar yang disampaikan oleh pihak penjual, kemudian dimulailah dialog via SMS untuk menentukan jenis barang yang diminati termasuk penentuan nilai harga dan pemilihan motif barang yang diminati oleh penjual kepada pembeli. Menurut Imam Hanafi yang dikutip oleh Wahbah az-Zuhaili bahwa maksimal pilihan atas barang yang diminati untuk dibeli sebagai pilihan objek akad paling banyak ada tiga pilihan sedangkan

pilihan yang ditawarkan oleh penjual melalui *online shop* kepada mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam motifnya lebih dari tiga hingga menjapai 10 macam baik warna maupun jenisnya. Artinya adalah hal yang wajar jika praktik jual beli *online shop* lebih menarik dikalangan mahasiswi selain itu sebagaimana kenyataan mahasiswi bahwa pembelian melalui *online shop* karena lebih praktis, mudah, menghemat waktu karena tidak perlu kemana-mana cukup melihat dan memilih melalui *handphone*, pilihan yang lebih banyak, dan harga yang murah.

3. *Khiyar syarat*, merupakan hak '*aqidain* (dua pihak yang bertransaksi) untuk melangsungkan atau membatalkan akad selama batas waktu tertentu yang dipersyaratkan ketika akad berlangsung. Seperti ucapan seorang pembeli "saya beli barang ini dengan hak *khiyar* untuk diriku dalam sehari atau tiga hari". Dalam praktik jual beli *online* disarankan jika jenis barang yang diminati sebagaimana gambar yang diperlihatkan melalui akun penjual dan disetujui oleh pihak pembeli (mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), maka untuk terlaksananya transaksi tersebut maka di syaratkan pembeli mentransfer uang paling lambat 2 hari, artinya ada kesamaan dengan *khiyar syarat* yang diungkapkan dalam kajian Ekonomi Syariah melalui tulisannya Wahbah az-Zuhaili. Jika waktu yang ditentukan tersebut uang tidak ditransfer oleh pembeli ke penjual maka transaksi melalui *online shop* oleh kedua

belah pihak tidak dilanjutkan dan barang yang dipesan batal dibeli. Fenomena *khiyar syarat* ini oleh Wahbah az-Zuhaili hanya berlaku pada jenis akad lazim yang dapat menerima upaya *fasakh* (pembatalan) seperti pada akad jual-beli, *mudharabah*, *muzara'ah*, *ijarah*, *kafalah*, *musaqah*, *hiwalah* dan lain-lain. Artinya dari kalimat dan lain-lain tersebut dapat dimaknai pula bahwa jual beli *online shop* masuk dalam kategori *khiyar syarat* sebagaimana bahasan ini.⁷⁸

4. *Khiyar 'aib*, merupakan hal yang dimiliki oleh salah seorang dari *'aqidain* untuk membatalkan atau tetap melangsungkan akad ketika dia menemukan cacat pada obyek akad yang mana pihak lain tidak memberitahukannya pada saat akad. Terkait dengan *khiyar 'aib* ini bahwa ada mahasiswi yang menggambarkan keterangannya jika barang yang dibeli melalui *online shop* tidak sesuai dengan pesanannya maka mereka tetap meneruskan menerima kondisi barang tersebut meskipun dihati mereka dianggap tidak sesuai dengan motif yang dipesan mereka tidak komplain kepada penjual artinya mereka menerima apa adanya terhadap barang tersebut. karena hal ini menurut mereka akan memperlambat kepemilikan barang yang mereka inginkan. Kondisi ini menurut peneliti adalah resiko yang harus ditanggung oleh pelaku pembeli barang melalui *online shop*, mereka harus merelakan dan mengikhlaskan kondisi

⁷⁸*Ibid.*, h. 43.

kerugian yang mereka dapat dengan transaksi tersebut. Hal ini sebagaimana yang dialami oleh KN, A, RY, WR, WD, MJ dan SH.

5. *Khiyar ru'yah* adalah hak pembeli untuk membatalkan atau tetap melangsungkan akad ketika dia melihat obyek barang dengan syarat dia belum melihatnya ketika berlangsung akad atau sebelumnya dia pernah melihatnya dalam batas waktu yang memungkinkan telah terjadi perubahan atasnya. Dalam praktik yang dilakukan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam membeli barang di *online shop*, mereka sebelumnya telah melihat jenis barang tersebut melalui foto yang ada di akun penjual hal ini sebagaimana pengakuan dari 8 responden (SL, KN, A, RY, WR, WD, MJ dan SH) yang melakukan pembelian melalui *online shop*.
6. *Khiyar naqd* (pembayaran), tersebut terjadi apabila dua pihak melakukan jual beli dengan ketentuan jika pihak pembeli tidak melunasi pembayaran, atau pihak penjual tidak menyerahkan barang dalam batas waktu tertentu. Maka pihak yang dirugikan mempunyai hak untuk membatalkan atau tetap melangsungkan akad.⁷⁹ Dalam bahasan *khiyar* pembayaran ini tidak masuk dalam kategori jual beli *online*, hal ini berdasarkan pengamatan dan wawancara peneliti atas peristiwa jual beli *online shop* yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah, bahwa jika telah

⁷⁹*Ibid.*, h. 47.

disepakati terhadap barang yang dipesan maka pembayaran harus dilakukan terlebih dahulu melalui transfer rekening kepada pihak penjual sedangkan barang datang kepada pembeli dengan jangka waktu paling lambat 7 hari yang diantar langsung oleh kurir. Artinya istilah ada uang ada barang tidak berlaku dalam konsep jual beli *online shop* yang berlaku adalah ada uang maka barang datang kemudian.

Berdasarkan bahasan tentang *khiyar* diatas konteknya dengan jual beli *online* pada dasarnya tidak ada pertentangan signifikan dalam kajian Ekonomi Syariah hanya saja dalam praktiknya tidak menuntun kemungkinan terjadi kekhilafan dalam hal ketidaksesuaian barang yang dipesan oleh pembeli, meski demikian kondisi tersebut dapat didamaikan dengan keikhlasan pembeli menerima barang pesanan yang motifnya berbeda dengan apa yang dipesan sebelumnya. Pembelajaran yang diambil dari praktik jual beli *online shop* ini adalah setiap orang boleh memilih melalui jalan jual beli apa yang ia kehendaki, apakah melalui pembelian langsung di pasar atau di toko-toko dan boleh juga melalui praktik jual beli *online*.

Jika ingin melakukan pembelian barang melalui *online* maka harus diperlukan faktor pendukung antara lain adalah fasilitas *handphone* yang digunakan harus *handphone android*,⁸⁰ kemudian

⁸⁰Sri Warningsih, Pengertian Praktik,
<http://repository.unimus.ac.id/602/3/BAB%20II.pdf> (Di akses pada Tanggal 5 Juli 2018 Pukul 08.12).

minta pertimbangan baik dan buruknya transaksi melalui *online* misalnya teman dan keluarga sangat penting untuk mendukung praktik.

2. Praktik Belanja *Online Shop* yang di Lakukan oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Para responden memberikan jawaban bahwa cara mereka memilih busana Muslim yang akan dibeli melalui *online* yaitu memilih langsung di aplikasi Instagram atau aplikasi *online shop* salah satunya aplikasi Shopee kemudian membayar melalui Indomaret atau transfer. Terkait jika ada penipuan subyek 1 pernah komplain kepada pihak penjual karena diberitahu bahwa barang yang dipesan sudah habis, padahal ia sebagai pembeli sudah melakukan pembayaran. Tetapi jika membeli melalui aplikasi Shopee uang yang sudah di transfer akan dikembalikan. Dengan adanya persoalan tersebut subyek 1 masih membeli barang secara *online* karena gemar jika belanja di *online shop*.

Berbeda dari subjek 1 bahwa subjek 2 memilih barang di *online shop* dengan cara melihat rating atau penilainnya yang ada di akun *online shop* terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian lalu membayar melalui transfer atau Indomaret. Dengan persoalan jika ada penipuan subjek 2 pernah komplain karena bahan busana Muslim yang dibeli tidak sesuai dengan keterangan yang ada di gambar namun pihak penjual hanya meminta maaf. Namun dengan adanya penipuan tersebut subjek 2 masih belanja secara *online* karena gemar tetapi memilih ditempat *online shop* yang berbeda dari sebelumnya.

Cara memilih barang di *online shop* yang dilakukan oleh subjek 3 yaitu memilih harga yang terjangkau dan tidak ada unsur penipuannya, walaupun berhati-hati dalam pembelian melalui *online shop* ia pernah komplain namun pada saat komplain pihak penjual langsung memblokir nomornya sehingga subjek 3 membiarkan begitu saja dan akan membeli busana Muslim kembali di akun *online shop* yang berbeda.

Pada subjek 4 cara memilih barangnya di *online shop* yaitu mencari yang disukai jika sudah mendapatkan busana yang akan dibeli ia akan melakukan pembayaran melalui transfer di ATM atau COD (*Cash Of Delivery*) dengan cara tersebut untuk menghindari unsur adanya penipuan dari para pihak penjual *online shop*. Walaupun berhati-hati pada saat membeli busana di *online* subjek 4 pernah komplain terkait busana Muslim yang dikirim salah ukuran, namun pada saat komplain tidak ada konfirmasi dari pihak penjual *online shop* tersebut sehingga ia membiarkan begitu saja. Karena pernah ditipu ia masih membeli busana Muslim melalui *online shop* tetapi harus memilih di akun *online shop* yang berbeda dari sebelumnya.

Kemudian cara yang dilakukan oleh subjek 5 dalam memilih barang belanja di *online* yaitu melihat dan memilih yang akan dibeli lalu melakukan pembayaran secara transfer di ATM. Subjek 5 mengaku pernah komplain terkait busana Muslim yang datang berbeda dari yang ia pesan sebelumnya namun pihak penjual hanya meminta maaf

sehingga subjek 5 membiarkan begitu saja karena tidak mau memperpanjang masalahnya dan selanjutnya jika ingin membeli barang di *online* ia memilih ditempat yang lainnya.

Cara yang dilakukan oleh subjek 6 dalam memilih barang di *online* sebelumnya mencari rekomendasi dari teman-temannya terkait tempat akun *online shop* yang bagus, hal tersebut ia lakukan karena sebelumnya pernah ditipu terkait bahan busana yang dikirim tidak sesuai dengan keterangan yang ada di gambar, namun pada saat komplain nomornya diblokir oleh pihak penjual *online shop* tersebut. Mengenai kejadian sebelumnya subjek 6 tetap membeli barang melalui *online shop* tetapi harus lebih berhati-hati dan cerdas dalam memilih akun-akun yang ada di *online shop*.

Selanjutnya cara subjek 7 dalam memilih barang di *online* yaitu mencari akun yang banyak testimoni dari para pembeli lain yang sebelumnya melakukan pembelian di *online* kemudian membayar secara transfer. Subjek 7 mengatakan bahwa ia pernah komplain karena busana Muslim yang telah dipesan berbeda bahan dan ukurannya namun pada saat komplain pihak penjual hanya meminta maaf. Hal tersebut subjek 7 masih tetap membeli busana Muslim melalui *online shop*.

Sedangkan subjek 8 cara yang dilakukannya pada saat pembelian busana Muslim melalui *online shop* yaitu melihat penilaian terlebih dahulu dari pembeli sebelumnya jika banyak yang memberi

penilaian bagus baru memilih belanja di akun *online shop* tersebut dan selanjutnya melakukan pembayaran melalui transfer. Terkait adanya penipuan subjek 8 pernah komplain tetapi tidak ada balasan dari pihak penjual lalu ia memberikan penilaian kurang bagus pada akun *online shop* tersebut agar pembeli lain yang ingin membeli barang di akun tersebut mengetahui bahwa penjual di akun tersebut pernah menipu pembeli sebelumnya. Namun subjek 8 masih membeli barang di *online shop* yang berbeda dari sebelumnya.

Tabel 4.8 Praktik Belanja *Online Shop*

No	Inisial	Angkatan/Semester	Kode Jawaban				
			1	2	3	4	5
1	SL	2017/3	MIAS	TBI	BHSB	UKDS	SBO
2	KN	2017/3	MP	TBI	BBT	DBS	MAOL
3	A	2017/3	HMP	TBI	PNB	DBS	MAOL
4	RY	2016/5	MCI	TCOD	PSU	DBS	MAOL
5	WR	2016/5	MAO	TF	PSW	DBS	MAOL
6	WD	2016/5	IT	TF	BTS	DBS	BMAO
7	MJ	2016/5	MAT	TF	BUS	DBS	MAOL
8	SH	2016/5	MP	TF	PTKP	DBS	MAOL

Keterangan :

MIAS : Memilih di Instagram dan Aplikasi Shopee
 TBI : Transfer atau Bayar di Indomaret
 BHSB : Barang Habis Setelah Bayar
 UKDS : Uang Kembali Dari Shopee
 SBO : Suka Belanja di *Online*
 MP : Melihat Penilaian
 BBT : Bahan Baju yang datang Tipis
 MAOL : Memilih Akun *Online shop* yang lain
 HMP : Harga Murah dan tidak ada unsur

TCOD : Transfer atau *Cash On Delivery* (bayar pada saat barang sudah datang)
 PSU : Pernah Salah Ukuran
 MAO : Memilih di Akun-akun *Online shop*
 PSW : Pernah Salah Ukuran
 IT : Info Teman
 BTS : Bahan Tidak Sesuai
 BMAO : Berhati-hati Memilih Akun *Online shop*

	Penipuan	MAT	: Memilih Akun yang ada Testimoni
TF	: Transfer	BUS	: Bahan dan Ukuran Salah
PNB	: Pernah dan Nomor di Blokir	MMO	: Masih Membeli di <i>Online</i>
DBS	: Di Biarkan Saja	PTKP	: Pernah dan Tidak ada Konfirmasi
MCI	: Mencari yang Cocok di Internet		dari penjual

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dalam menganalisis praktik belanja *online shop* yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, bahwa mereka memanfaatkan *handphone* selain untuk berkomunikasi mereka juga memanfaatkan *handphone* tersebut untuk bertransaksi yaitu untuk membeli salah satu kebutuhan seperti membeli busana Muslim melalui *online shop*.

Hal ini karena busana Muslim adalah jenis busana yang dipakai oleh kaum wanita Muslimah sesuai dengan ketentuan syariat Islam, dimaksud untuk menutupi bagian-bagian tubuh yang tidak pantas untuk diperlihatkan kepada publik. Pada intinya busana Muslimah harus dikaitkan dengan sikap taqwa yang menyangkut nilai psikologis terhadap pemakainya. Dengan tujuan untuk menumbuhkan konsep diri busana Muslimah semua itu kembali kepada masing-masing mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, karena di kampus IAIN Palangka Raya terkhusus semua mahasiswinya diwajibkan untuk memakai busana Muslimah yang sopan.⁸¹ Namun mereka memperlihatkan bentuk mode yang biasa dilakukan dengan tiru-tiru atau mencoba-coba, mode ini didalam mahasiswi Ekonomi Syariah

⁸¹H Wati, Pengertian Busana Muslimah, http://repository.radenintan.ac.id/268/3/BAB_II.pdf (Di unduh pada Tanggal 25 Juni 2018 Pukul 07.13).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam biasanya sangat cepat perkembangannya.

Terkait menggunakan *handphone* untuk membeli busana Muslim melalui internet, sebelum berbelanja melalui *online shop* tentunya ada proses interaksi yakni bagaimana cara memesan barang yang diinginkan. Adapun cara pemesanannya melalui media sosial yakni untuk memilih barang di *online*, mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tersebut harus melihat dan memilih terlebih dahulu dengan harga yang cocok melalui aplikasi Instagram atau aplikasi khusus *online shop* (aplikasi Shopee), lalu melihat komentar atau rating penilaian dari pembeli yang sudah melakukan pembelian tersebut. Setelah proses pemesanan terjadi, tentunya ada pula proses pengiriman.

Namun sebelum barang yang diinginkan atau dipesan dikirim, 8 (delapan) subyek ini terlebih dahulu menghubungi pihak penjual untuk menanyakan lebih detail terkait busana Muslim yang mereka pilih untuk di beli. Hal ini dilakukan agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan jika ada unsur penipuan. Karena belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara

langsung.⁸² Dengan demikian para mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ini harus lebih cermat dalam membeli busana Muslim melalui *online* karena mereka tidak melihat langsung dengan barang yang dijual dan tidak bertemu secara langsung dengan pihak penjual di *online*.

Selanjutnya setelah yakin kepada pihak penjual di *online shop* tersebut para mahasiswi ini akan melakukan pembayaran dengan metode pembayaran melalui transfer ATM atau membayar melalui Indomaret dengan batas waktu maksimal 2 hari. Jika selama 2 hari tersebut uang tidak di transfer maka barang pesannya akan dibatalkan oleh pihak penjual di *online shop*. Sedangkan jika sudah ditransfer, pihak penjual tersebut akan langsung memproses barang pesannya untuk segera dikirim ke alamat yang sudah diberikan dengan waktu pengiriman 3 sampai 7 hari, hal ini sesuai dengan praktik pembelian.

Praktik pembelian adalah suatu peristiwa atau tindakan yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan tujuan menukarkan barang atau jasa dengan menggunakan alat transaksi yang sah dan sama-sama memiliki kesepakatan dalam transaksinya, dalam pembelian terkadang akan terjadi tawar menawar antara pembeli dan penjual hingga mendapatkan kesepakatan harga yang kemudian akan melakukan transaksi penukaran barang atau jasa dengan alat tukar yang sah dan disepakati oleh kedua belah pihak. Praktik pembelian ini sama halnya

⁸²Chacha Andira Sari, “Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga”, AntroUnairdotNet, Vol. IV, No.2, Juli 2015, h. 208.

yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop*.

Adapun beberapa tahapan pembelian busana Muslim melalui *online shop* mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu sebagai berikut :

- a. Kesadaran akan kebutuhan suatu dan ketersediaannya. Menurut peneliti kedelapan subyek ini harus tahu bahwa ada kebutuhan atau ada kesempatan yang dapat dilakukan bila dia membeli barang tertentu dan barang tertentu tersebut tersedia di internet. Artinya mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jika hendak membeli busana Muslim di *online shop* mereka harus menanyakan terlebih dahulu apakah warna atau ukuran busana Muslim yang dipilih tersedia. Karena beberapa pihak penjual di *online* masih ada memajang foto busana Muslim dengan warna atau ukuran yang tersedia namun kenyataannya barang tersebut sudah habis terjual (*sold out*).
- b. Seorang konsumen akan mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang produk yang akan dibelinya. Konsumen akan mencari informasi suatu produk tentang fitur-fiturnya, harganya, penjualannya, dan juga jaminan dari perusahaan. Dengan demikian mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebelum melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop*

harus bisa mencari akun yang dapat dipercaya dengan mencari informasi kepada teman-teman atau orang-orang yang sebelumnya melakukan pembelian di akun *online shop* tersebut dan mencari akun yang ada jaminannya, hal ini bertujuan untuk menghindari adanya unsur penipuan pada pihak penjual dan hal-hal lainnya yang tidak diinginkan. Setelah mendapatkan akun *online shop* nya, maka kedelapan subyek tersebut memilih busana Muslim yang akan dipesan dengan cara memilih model, warna, ukuran dan harga yang terdapat pada keterangan gambar.

- c. Seorang konsumen akan merasa suka dan butuh terhadap produk itu secara umum. Terkait pembelian busana Muslim melalui *online shop* di kalangan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebelumnya mereka sekedar hanya melihat-lihat dan mencoba, namun seiring dengan berjalannya waktu akan menjadi kebiasaan dan membuat mereka menyukai membeli busana Muslim secara *online*.
- d. Preferensi. “Kenapa saya harus membeli produk merk A, bukan merk B. Kenapa saya harus membeli tipe yang seharga ini bukan seharga itu.” Ini adalah preferensi. Konsumen akan mencocokkan produknya disesuaikan dengan kesukaannya, selera, budgetnya dan lainnya. Di tahapan ini konsumen sudah mulai mengerucutkan pada apa yang lebih disukai dibandingkan yang lain.

- e. Membuat keyakinan atau konfirmasi. Setelah konsumen mengerucutkan pada beberapa pilihan, dia akan tambah mantap setelah mendengar penjelasan yang baik dari penjual /salesman dan memutuskan untuk membeli. Keterangan detail tentang barang-barang yang diperlihatkan pada gambar dari pihak penjual *online shop* akan berpengaruh pada penjualannya. Karena jika keterangannya tidak jelas hal tersebut akan membuat para konsumen tidak yakin untuk melakukan pembelian di akun tersebut. Khususnya untuk mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mereka sangat berhati-hati dalam memilih akun *online shop*.
- f. Setelah melalui beberapa tahapan tersebut akhirnya konsumen akan merasa puas atas hasil pembelian yang telah dilakukannya, dan di setiap konsumen akan berbeda-beda dengan pendapatnya dalam memilih barang di *online shop*.

Namun dari beberapa tahapan tersebut dalam pembelian busana Muslim melalui *online shop* ini mereka pernah melakukan komplain karena pernah tertipu dengan para pihak penjual di *online shop* tersebut. Tetapi cara penyelesaiannya hanya dibiarkan begitu saja oleh para mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, karena beberapa dari pihak penjual *online* tersebut ada yang hanya meminta maaf dan ada juga pada saat komplain nomor mereka di blokir. Hal tersebut karena juga ada beberapa dari akun *online shop*

tidak ada menyediakan jaminan bahwa jika barang yang datang tidak sesuai atau barang yang datang cacat, maka tidak ada pengembalian barang atau uang ke pihak penjual *online shop*. Dari kejadian tersebut hal ini tidak membuat efek jera dan mereka tetap memilih untuk berbelanja melalui *online shop* dengan alasan suka membeli di *online* namun tetap berhati-hati dengan memilih akun *online shop* yang berbeda.

Pada jual beli *online* dalam ekonomi Islam adalah akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad, sedangkan pembayarannya dilakukan di muka secara penuh.⁸³

Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, hal ini biasa ditemukan pada pasar dimana para pembeli dapat bertemu langsung dengan pihak penjual dan bisa melihat secara langsung dengan barang yang dijual. Namun berbeda dengan transaksi melalui *online shop* dimana pihak penjual tidak dapat menghadirkan langsung benda yang dipesan oleh pembeli, dan barang yang telah dipesan akan diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Berdasarkan kondisi tersebut mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maka menurut peneliti transaksi

⁸³Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara.*, h. 55.

tersebut sama halnya seperti dalam akad *as-Salam* dan *akad Istishna*. Untuk memahami akad *as-Salam* dan akad *Istishna*, peneliti bahas sebagai berikut:

1. Transaksi *as-Salam* adalah akad jual beli barang pesanan di antara pembeli (*muslam*) dengan penjual (*muslam ilaih*). Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara penuh.⁸⁴ Dalam praktik yang dilakukan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam membeli busana Muslim melalui *online shop*, mereka sebelumnya sepakat dengan keterangan yang menjelaskan warna, bahan, ukuran sampai harga busana Muslim yang telah tersedia pada gambar yang ada di *online shop*. Jika sudah sepakat, mereka segera melunasi pemesanan sehingga pihak penjual akan memproses pesanan dan langsung dikirim sesuai dengan kesepakatan di awal.
2. Akad *istishna'* adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli) dan penjual. Penjual akan menyiapkan barang yang dipesan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dimana ia dapat menyiapkan sendiri atau melalui pihak lain. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta

⁸⁴Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah.*, h. 128.

sistem pembayaran.⁸⁵ Pada akad *Istishna'* ini pihak penjual di *online shop* bisa menerima pemesanan pembuatan kembali (dalam istilah *online shop* yaitu *restock*). Jika ada stok busana yang di jual telah habis sedangkan ada pembeli yang meminta barang tersebut untuk *restock*, maka pihak penjual bisa membuatkan kembali sesuai dengan pesanan namun pembeli tersebut tetap harus melakukan pembayaran dimuka sebelum barang tersebut disiapkan dan dikirim.

Berdasarkan bahasan diatas konteknya dengan jual beli melalui *online shop*, kejelian dan kepercayaan dalam pembelian busana Muslim melalui *online* harus di usung agar busana Muslim yang akan di beli sesuai dengan yang diinginkan dan tidak tertipu oleh pihak penjual *online shop* tersebut. Kualitas akun *online shop* juga dimasukkan sebagai faktor relevan yang mempengaruhi niat pembelian kembali. Dampak dari kualitas situs pada kepercayaan dan kepuasan mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam akan menyebabkan niat pembelian kembali pelanggan.

3. Kajian Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Belanja *Online* Busana Muslim Tersebut

Mencermati praktik belanja *online* busana Muslim oleh mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tergambar bahwa dalam pelaksanaannya sama halnya dengan transaksi

⁸⁵Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik.*, h. 159.

penjual dan pembeli, hanya saja tidak dilakukan pertemuan secara langsung dalam menentukan harga, kondisi tersebut tidak jauh berbeda dengan perilaku pasar pada umumnya, hanya saja yang membedakan jika transaksi di pasar para penjual dan pembeli bertemu, sedangkan jual beli *online* transaksinya dilakukan melalui internet.

Dalam kajian Ekonomi Syariah, Menurut Ulama Hanafiah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan), sedangkan Imam Nawawi dalam Al-Majmu, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan, adapun Ibnu Qudamah dalam kitab Al-Mugni, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik.⁸⁶

Adapun dalam jual beli *online*, menurut Imam Mustofa menyatakan bahwa transaksi jual beli *online* atau *e-commerce* merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lain melalui media komunikasi, seperti kabel telepon, serat optik, satelit, atau gelombang frekuensi. Dalam satu jaringan komputer tersebut terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik.⁸⁷ Sehingga apa yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang melakukan pembelian busana Muslim melalui *online shop*, artinya

⁸⁶Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah.*, h. 142.

⁸⁷Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer.*, h. 30.

mereka telah menggunakan salah satu produk dari internet dalam implementasi bisnis modern melalui belanja *online*. Oleh sebab itu berbicara mengenai bisnis *online* tidak terlepas dari transaksi, seperti jual beli via internet. Transaksi inilah yang kemudian dikenal dengan *electronic commerce* merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan internet, yang dalam teknologi informasi melihatnya sebagai sebuah aplikasi bisnis secara elektronik yang mengacu pada transaksi-transaksi komersial. Sebagaimana terdapat pada Ahmad Dakhoir yang menyatakan, pemaknaan pasar dalam kenyataannya di masa modern sekarang ini bisa menjadi semakin luas, yaitu pertemuan bisa terjadi dengan tidak saling bertemu antara penjual dan pembeli,⁸⁸ sebagaimana transaksi *online* yang peneliti teliti terhadap mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dimana dalam ilmu ekonomi tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan (pasar) tetapi dapat dikondisikan terjadi transaksi tersebut dimana saja dan kapan saja antara penjual dan pembeli, termasuk berbagai jenis barang mulai dari sembako, pakaian, elektronik, aksesoris kendaraan ataupun mobil dapat dilakukan melalui media elektronik yang ada di internet, tanpa harus membuat para konsumen direpotkan dengan bepergian dipasar atau di toko-toko,

⁸⁸Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar.*, h. 109.

karena semuanya dapat secara praktis dilakukan melalui transaksi *online*.

Berdasarkan pada perkembangan teknologi belanja *online* banyak membawa dampak positif kepada para konsumen antara lain ada rasa keingin tahuan yang luar biasa dari kalangan mahasiswi pengguna internet antara lain dalam memanfaatkan fasilitas belanja produk di kalangan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat dilakukan dengan mudah dan praktis ketimbang harus pergi ketoko atau pasar-pasar di kota Palangka Raya yang memakan waktu cukup banyak sehingga tidak praktis dan efisien. Adapun dalam praktik pembayarannya menurut pengamatan peneliti sama sekali tidak bertentangan dengan kajian Ekonomi Syariah, karena ada 3 cara dalam metode pembayarannya yaitu yang pertama transfer uang lewat ATM, bayar melalui Indomaret dan bayar pada saat barang datang/ COD (*Cash On Delivery*).

Menurut Arsyad Sanusi, transaksi *online* setidaknya ada tiga tipe, yaitu⁸⁹ kontrak melalui *chatting* atau *video conference*, kontrak melalui *e-mail* dan kontrak melalui situs atau web. Berdasarkan tiga tipe tersebut maka yang marak dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah yang paling diminati melalui situs atau web (seperti facebook dan shopee) sedangkan pihak penjual mengikuti saja apa maunya selera pembeli yang pada intinya

⁸⁹*Ibid.*, h. 31.

bahwa antara penjual dan pembeli sama-sama menyetujui metode jual beli barang melalui *online* tersebut. Fenomena jual beli tersebut jika dicermati dalam kajian Ekonomi Syariah asalkan didasari suka sama suka maka hukumnya halal atau boleh hal ini sebagaimana disebutkan dalam hadits Riwayat Ibnu Majah,

أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Dari Abu Sa'id Al-Khudri berkata: Rosululloh bersabda “Sesungguhnya jual beli itu atas dasar suka sama suka.” Hadits ini yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah 2/737 no: 2185 dari jalan Abu Said Al-Khudri. Berdasarkan hadits tersebut muncul kaidah

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Kaidah di atas, merupakan sebuah kaidah umum yang menunjukkan bahwa semua bentuk transaksi yang dilaksanakan berdasarkan rasa suka sama suka termasuk transaksi *online* maka diperbolehkan selagi tidak terdapat larangan dari Allah SWT dan Rasul-Nya, namun jika bertentangan dengan larangan dari Allah dan Rasul-Nya meskipun dilaksanakan atas dasar suka sama suka maka itu jelas terlarang, contohnya jual beli barang yang diharamkan di dalam Islam antara lain obat-obatan terlarang, minuman-minuman berakohol dan makanan haram.

Adapun cara memilih dalam jual beli barang yang diteliti ini dalam kajian Ekonomi Syariah masuk dalam *Khiyar* dalam jual beli *online* dapat dimiliki kedua belah pihak yang berakad (*'aqidain*) yaitu *khiyar syarat*, *khiyar 'aib* dan *khiyar ta'vin*. Dari ketiga jenis tersebut maka yang paling mendekati dengan kajian Ekonomi Syariah adalah *khiyar ta'vin*.

Khiyar ta'vin menurut Wahbah az-Zuhaili merupakan hak yang dimiliki oleh pembeli untuk memastikan pilihan atas sejumlah benda sejenis atau setara sifat atau harganya. Jika dihubungkan dengan kecenderungan mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memilih pembelian barang melalui *online shop* maka kategori *khiyar ta'vin* ini dapat dilakukan pembelian barang dalam kegiatan jual beli mahasiswa tersebut, alasan peneliti adalah karena mereka memilih benda yang akan dibelinya melalui postingan gambar yang diperlihatkan oleh pihak penjual, kemudian dimulailah dialog via *chatting* untuk menentukan jenis barang yang diminati termasuk penentuan nilai harga dan pemilihan motif barang yang diminati oleh penjual kepada pembeli.

Menurut Imam Hanafi yang dikutip oleh Wahbah az-Zuhaili bahwa maksimal pilihan atas barang yang diminati untuk dibeli sebagai pilihan objek akad paling banyak ada tiga pilihan sedangkan pilihan yang ditawarkan oleh penjual melalui *online shop* kepada mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam motifnya lebih

dari tiga hingga mencapai 10 macam baik warna maupun jenisnya. Artinya adalah hal yang wajar jika praktik jual beli *online shop* lebih menarik dikalangan mahasiswi selain itu sebagaimana kenyataan mahasiswi bahwa pembelian melalui *online shop* karena lebih praktis, mudah, menghemat waktu karena tidak perlu kemana-mana cukup melihat dan memilih melalui *handphone*, pilihan yang lebih banyak, dan harga yang murah.

Peristiwa jual beli *online shop* yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jika telah disepakati terhadap barang yang dipesan maka pembayaran harus dilakukan terlebih dahulu. Adapun beberapa alternatif dalam memilih metode pembayaran yang sudah tersedia, yaitu transfer uang lewat ATM, bayar melalui Indomaret dan bayar pada saat barang datang/COD (*Cash On Delivery*). Namun dalam kenyataannya mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih memilih melalui transfer, meskipun barang datang dikemudian hari yang diantar langsung oleh kurir. Artinya istilah ada uang ada barang tidak berlaku dalam konsep jual beli *online shop* yang berlaku adalah ada uang maka barang datang kemudian.

Dalam praktik sistem pembayaran ini jika dihubungkan dengan kajian Ekonomi Syariah maka menurut peneliti untuk menghindari terjadinya penipuan maka lebih baik bayar pada saat barang sudah datang/COD (*cash On Delivery*) atau ada barang ada uang, artinya

pembayaran dilakukan setelah barang tiba ditangan pembeli bukan melalui transfer sedangkan barangnya datang dikemudian hari.



BAB V

PENUTUP

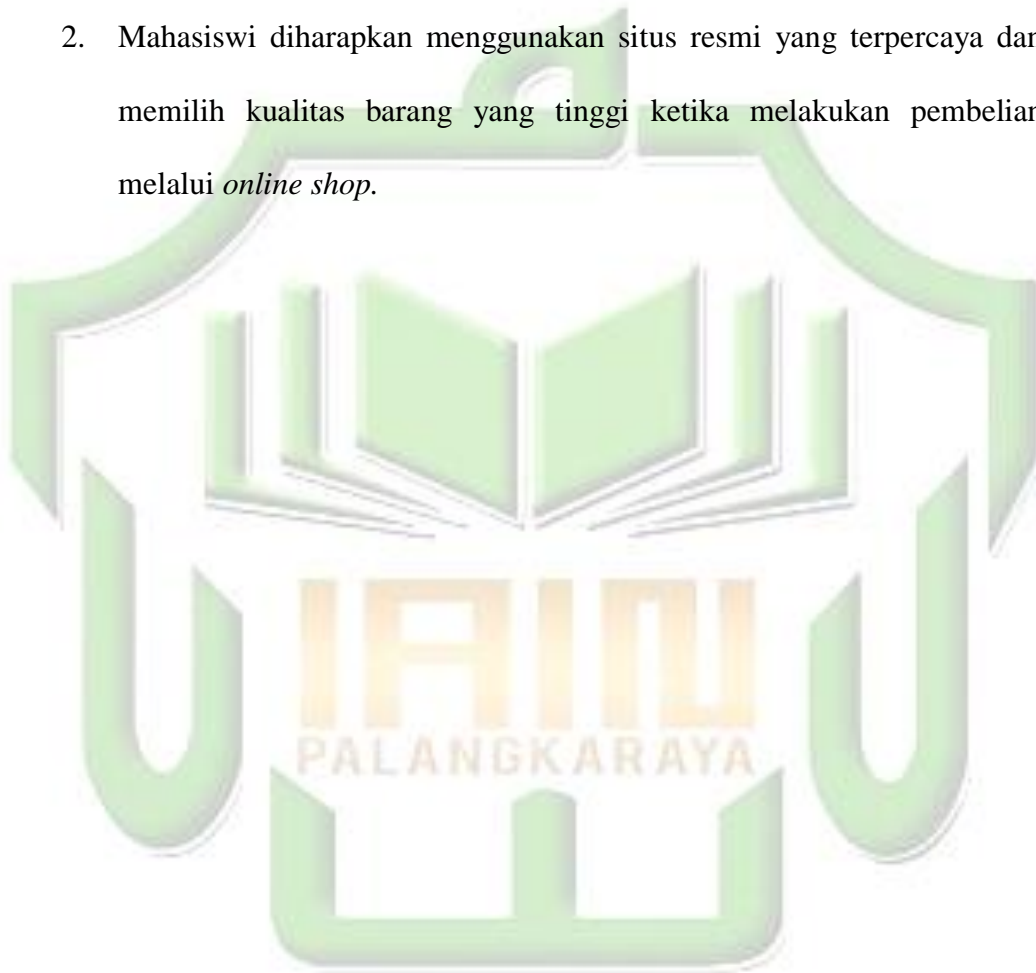
A. Kesimpulan

1. Latar belakang mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memilih berbelanja di *online shop* adalah karena lebih praktis, mudah, menghemat waktu, pilihan yang lebih banyak, dan harga yang lebih terjangkau.
2. Praktik belanja *online shop* yang dilakukan oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari 8 subjek tersebut adalah cara memilih yang dilakukan mereka yaitu melihat dan memilih terlebih dahulu sebelum membeli busana Muslim. Seperti melihat motif, model, jenis bahan hingga harganya lalu selanjutnya melakukan pemesanan dan pembayaran.
3. Kajian Ekonomi Syariah terhadap praktik belanja *online* busana Muslim bahwa semua bentuk transaksi yang dilaksanakan berdasarkan rasa suka sama suka termasuk transaksi *online* maka diperbolehkan selagi tidak terdapat larangan dari Allah SWT dan Rasul-Nya, namun jika bertentangan dengan larangan dari Allah dan Rasul-Nya meskipun dilaksanakan atas dasar suka sama suka maka itu jelas terlarang.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis berdasarkan informasi dan hasil penelitian yang didapatkan sebagai berikut:

1. Mahasiswi diharapkan lebih berhati-hati lagi dalam memilih keputusan untuk melakukan pembelian melalui *online shop*.
2. Mahasiswi diharapkan menggunakan situs resmi yang terpercaya dan memilih kualitas barang yang tinggi ketika melakukan pembelian melalui *online shop*.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Alma, Buchari, dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Amaliawati, Lia, dan Asfia Murni, *Ekonomika Mikro*, Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Boediono, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2015.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Dakhoir, Ahmad, dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taymiyah)*, Surabaya: LaksBang PRESSindo, 2017.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang Disempurnakan)*, Jakarta: Lentera Abadi, 2010.
- Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Huda, Qomarul, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Luthfiyah, Fitrah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, Jawa Barat: CV Jejak, 2017.
- Mas'adi, Ghufro A., *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002.
- Meleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004.

Mustofa, Imam, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.

Rahman, Abdul, Ghazaly, dkk., *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Suaka Media, 2015.

Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Suharsaputra, Umar, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan)*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2012.

Syafi'i Antonio, Muhammad, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta:Gema Insani, 2001.

Umar, Husen, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

B. Jurnal/Skripsi/Proposal/Surat Kabar

Andira Sari, Chaca, *Perilaku Berbelanja online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*, Skripsi Universitas Airlangga, 2015.

Bachri, Bachtiar S., *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*, Jurnal, Vol. 10 No.4, 2010.

Dwi Pratiwi, Haning, *Online Shop sebagai cara belanja di kalangan Mahasiswa Unnes*, Skripsi Universitas Negeri Semarang, 2013.

Nur Fitria, Tira, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 03, No. 01, Maret 2017.

Sainah, *Perilaku Pengguna Jasa Online Shop Dikalangan Mahasiswa Umrah*, Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, 2016.

Sidharta, Iwan, Boy Suzanto, “*Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-Commerce*”, Jurnal Computech & Bisnis Vol. IX No. 1, 2015.

C. Internet

Hakim, Andy, Pengertian Pembelian,
<https://hakimandy.wordpress.com/2015/01/05/pembelian/> (Di akses pada Tanggal 7 Juli 2018 Pukul 10.12).

H Wati, Pengertian Busana Muslimah,
http://repository.radenintan.ac.id/268/3/BAB_II.pdf (Di unduh pada Tanggal 25 Juni 2018 Pukul 07.13).

HD Pratiwi, 2013, *Online shop sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa UNNES*, lib.unnes.ac.id/18067/1/3401409050.pdf (Di akses pada Tanggal 30 Maret 2018 Pukul 20.46).

Profil IAIN Palangka Raya, <http://www.iain-palangkaraya.ac.id/new/profil-institusi/> (Di akses pada Tanggal 2 Oktober 2018 Pukul 10.12).

Waningsih, Sri, Pengertian Praktik,
<http://repository.unimus.ac.id/602/3/BAB%20II.pdf> (Di akses pada
Tanggal 5 Juli 2018 Pukul 08.12).



LAMPIRAN



Wawancara dengan saudari WD



Wawancara dengan saudari MJ



Wawancara dengan saudari WR



Wawancara dengan saudari SH



Wawancara dengan saudari RY

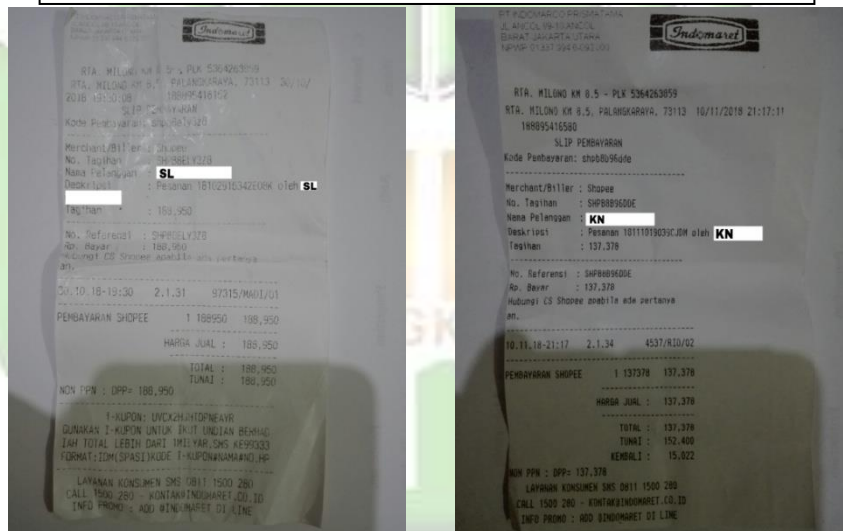


Wawancara dengan saudari KN



Wawancara dengan saudari A

Berikut adalah struk/bukti pembelian dari beberapa subjek



RTA. NILON KX 8.5 - PLX 5364263859
RTA. NILON KX 8.5, PALANGKARAYA, 73113 10/11/2018 21:15:10
18095415579
SLIP PEMBAYARAN
Kode Pembayaran: shp7vuz547
Merchant/Biller : Shopee
No. Tagihan : SHP7VUZ547
Nama Pelanggan : A
Deskripsi : Pesanan 18111018439890 oleh A
Tagihan : 146.600
No. Referensi : SHP7VUZ547
Rp. Bayar : 146.600
Hubungi CS Shopee apabila ada pertanyaan
an.
10.11.18-21.15 2.1.34 72345/18/02
PEMBAYARAN SHOPEE 1 146.600 146.600
HARGA JUAL : 146.600
TOTAL : 146.600
TUNAI : 150.000
KEMBALI : 3.000
NON PPN : DPP= 146.600
LAYANAN KONSUMEN SMS 0811 1500 280
CALL 1500 280 - KONTAK@INDOMARET.CO.ID
INFO PROMO : ADD #INDOMARET DI LINE

SETH ADJI 59-PLX 05110746181
JL. SETH ADJI NO 59, PALANGKARAYA, 73111 18/11/
2018 14:15:18 151786215291
SLIP PEMBAYARAN
Kode Pembayaran: shp-zy75gb44
Merchant/Biller : Shopee
No. Tagihan : SHP075GB44
Nama Pelanggan : RY
Deskripsi : Pesanan 181118150674672 oleh RY
Tagihan : 160.750
No. Referensi : SHP075GB44
Rp. Bayar : 160.750
Hubungi CS Shopee apabila ada pertanyaan
an.
18.11.18-14:15 2.1.34 930330/MULIA/01
PEMBAYARAN SHOPEE 1 160750 160.750
HARGA JUAL : 160.750
TOTAL : 160.750
TUNAI : 170.000
KEMBALI : 9.250
NON PPN : DPP= 160.750
LAYANAN KONSUMEN SMS 0811 1500 280
CALL 1500 280 - KONTAK@INDOMARET.CO.ID
INFO PROMO : ADD #INDOMARET DI LINE

Bank Rakyat Indonesia
Mengutamakan Kepuasan Nasabah
11/11/2018 14:15:27
440072 9835-RS DORYS SILVAN 1031324
NO. KARTU: 6..7123
TRANSFER ATM
DARI REK.: 793701003812531
KE REK. : 663201016084532
NAMA : WR
JUMLAH : RP. 104,000
KARTU BRI DAPAT DIGUNAKAN BELANJA
DI TEMPAT BERLOGO MAESTRO DAN
TARIK TUNAI DI ATM BERLOGO CIRRUS
CONTACT BRI:14017/1500017

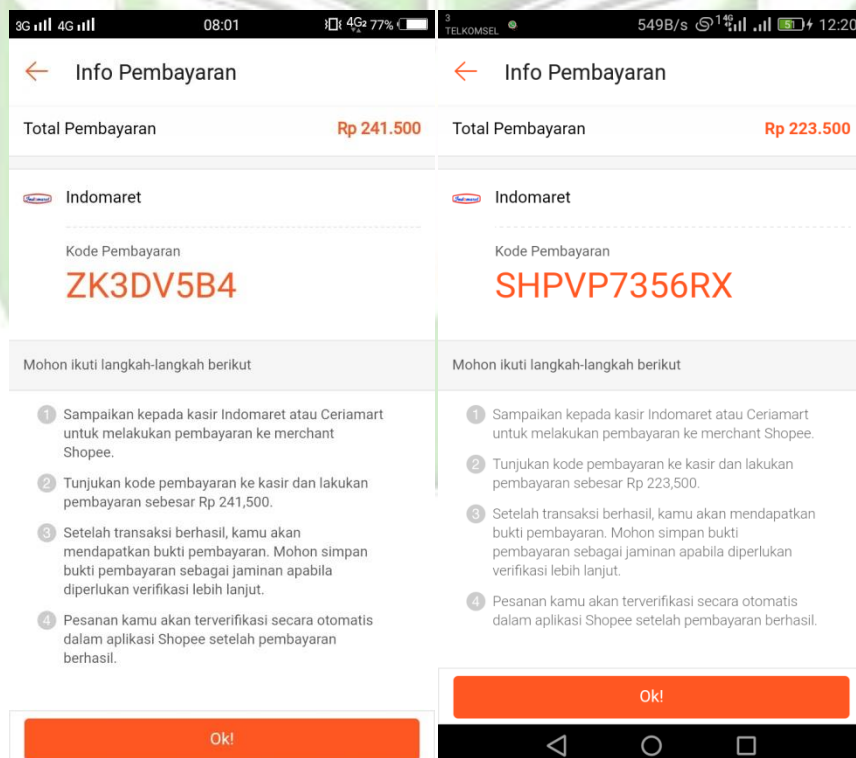
Bank Rakyat Indonesia
Mengutamakan Kepuasan Nasabah
12/11/2018 06:46:30
440072 9835-RS DORYS SIL' V
831601266023
NO. KARTU: 6..0664
TRANSFER ATM LINK
BANK ASAL: BRI
BANK TUJ.: MANDIRI
NO. REK. : 1590002076437
NAMA : WD
NO. REF. :
JUMLAH : RP. 400,000
TRANSAKSI TRANSFER BERHASIL
HARAP TANDA TERIMA INI DISIMPAN
SEBAGAI BUKTI TRANSAKSI

RTA. NILON KX 8.5 - PLX 5364263859
RTA. NILON KX 8.5, PALANGKARAYA, 73113 10/11/
2018 19:37 18095416831
SLIP PEMBAYARAN
Kode Pembayaran: shp44w6x3
Merchant/Biller : Shopee
No. Tagihan : SHP44W6X3
Nama Pelanggan : MJ
Deskripsi : Pesanan 18111616585830W oleh MJ
Tagihan : 97.797
No. Referensi : SHP44W6X3
Rp. Bayar : 97.797
Hubungi CS Shopee apabila ada pertanyaan
an.
16.11.18-19:37 2.1.34 15372/MADI/02
PEMBAYARAN SHOPEE 1 97797 97.797
PEKULI GEMPA SULTENG 1 203 203
HARGA JUAL : 98,000
TOTAL : 98,000
TUNAI : 100,000
KEMBALI : 2,000
NON PPN : DPP= 98,000
PEKULI GEMPA SULTENG
LAYANAN KONSUMEN SMS 0811 1500 280
CALL 1500 280 - KONTAK@INDOMARET.CO.ID
INFO PROMO : ADD #INDOMARET DI LINE

Bank Rakyat Indonesia
Mengutamakan Kepuasan Nasabah
12/11/2018 16:35:06
057945 9835-KANTOR SAMSAT 1576793
NO. KARTU: 5..2865
PEMBAYARAN BRIVA
NO PEMBAYARAN : 8878802034654852
INSTITUSI : TRANSFERPAY
NAMA PELANGN. : SH
KETERANGAN : AIRPAY FOR SHOPEE
TAGIHAN : RP. 149,857
SIMPAN SEBAGAI BUKTI PEMBAYARAN
CONTACT BRI:14017/1500017



Rincian Pesanan di aplikasi *online shop* “Shopee”



Kode pembayaran melalui Indomaret

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rahmitha

Tempat Tanggal Lahir : Palangka Raya, 11 Januari 1997

Alamat : Jalan Pelatuk III No. 36

Riwayat Pendidikan : 1. RA Darussa'adah
: 2. MIS Darussa'adah
: 3. MTsN 2 Palangka Raya
: 4. SMKN 3 Palangka Raya

Nama Ayah : Ahmad Kursani

Nama Ibu : Badiah

Nama Saudara : Muhammad Lutfi

